

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo III



**LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD DE LA PRENSA
EN EL AUTOCONTROL Y EN LA ENSEÑANZA
DE LA ÉTICA DE CINCO PAÍSES ANDINOS**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR**

María Luján González Portela

Bajo la dirección del doctor

Dr. Porfirio Barroso Asenjo

Madrid, 2009

• ISBN: 978-84-692-5057-0



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III

TESIS DOCTORAL

LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD DE LA PRENSA
EN EL AUTOCONTROL Y EN LA ENSEÑANZA
DE LA ÉTICA DE CINCO PAÍSES ANDINOS

Doctoranda

María Luján González Portela

Director

Dr. Porfirio Barroso Asenjo

Profesor Titular de Ética y Deontología Periodística
Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

MAYO 2008

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS.	IX
CLAVE DE SIGLAS.	XI
Capítulo I. INTRODUCCIÓN.	13
I.1. Planteamientos generales.	15
I.2. Investigaciones precedentes y estado actual del tema.	18
I.2.1. Investigaciones de ámbito internacional.	19
I.2.2. Investigaciones en el ámbito norteamericano y europeo.	21
I.2.3. Investigaciones en el ámbito latinoamericano y andino.	23
I.2.4. Investigaciones en otros ámbitos no universitarios.	29
I.2.5. Investigaciones sobre enseñanza de la ética periodística.	30
I.2.6. Balance de la situación investigadora.	35
I.3. Hipótesis.	37
I.4. Objetivos.	38
I.5. Fuentes y metodología.	39
I.5.1. Fuentes primarias.	39
I.5.2. Fuentes secundarias.	39
I.5.2.1. Bibliotecas y Centros de Documentación consultados.	39
I.5.2.2. Bases de Datos.	40
I.5.2.3. Portales científicos especializados, revistas electrónicas y recursos en línea.	41
I.5.2.4. Entrevistas con expertos y con representantes de gremios periodísticos.	45
I.5.2. Metodología.	47
I.6. Marco conceptual: declaración de términos y conceptos.	52
I.6.1. <u>La dignidad humana como fundamento ético.</u>	52
I.6.2. <u>Ética profesional.</u>	53
I.6.3. <u>Libertad.</u>	54
I.6.4. <u>Responsabilidad.</u>	57
I.6.5. <u>Libertad de expresión y libertad de información.</u>	58
I.6.5.1. El concepto de libertad de expresión.	58
I.6.5.2. Diferencias entre la libertad de expresión y la libertad de información.	62
I.6.5.3. Semejanzas entre la libertad de expresión y la libertad de información.	64
I.6.6. <u>Derecho a la información.</u>	66
I.6.6. 1. Los requisitos de veracidad y relevancia pública de la información.	68
I.6.6.2. Supremacía del derecho a la información sobre los otros derechos fundamentales.	69
I.6.6.3. Las tres facultades del derecho a la información.	71
I.6.6.4. Límites a la libertad de expresión y al derecho a la información.	73
I.6.7. <u>Comunidad Andina de Naciones (CAN).</u>	74
Capítulo II. PERSPECTIVA HISTÓRICA DE LA LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD DE LA PRENSA.	75
II.1. Orígenes de la libertad de expresión y de prensa.	77
II.1.1. Antecedentes históricos y jurídicos de la libertad de expresión.	77
II.1.2. Contradicciones de la teoría liberal sobre la prensa.	79
II.2. El giro tras la segunda guerra mundial: <i>Welfare State</i> y Teoría de la Responsabilidad Social de la prensa.	82
II.2.1. El nuevo contexto de la segunda postguerra.	82
II.2.2. Los debates en el seno de la ONU y el panorama informativo mundial.	84
II.2.3. Aportes de la Teoría de la Responsabilidad Social.	88
II.2.3.1. La libertad de expresión como derecho y deber moral.	89

II.2.3.2. La función social de los medios de comunicación.	91
II.2.3.3. Autonomía y pluralidad de los medios.	93
II.3. De la libertad de expresión al derecho a la información:	
Declaración Universal de 1948.	95
II.3.1. El derecho a la información: fundamento de la libertad de expresión.	95
II.3.2. La libertad de expresión ‘positiva’: en función de la verdad y el bien común.	98
II.3.3. El derecho a la información como función pública y social.	100
II.3.4. Límites del derecho a la información.	102
II.4. Presencia del sentido de responsabilidad y del deber de informar en los documentos deontológicos transnacionales después de 1947.	103
II.4.1. De 1948 a 1971: iniciativas de la ONU, de la FIP y de la Comunidad Europea.	104
II.4.2. Años 70 y 80: la UNESCO y el Nuevo Orden Mundial de la Información.	107
II.4.3. Años 90: Código Europeo y eclosión de códigos en Europa.	112
II. 5. La articulación de la libertad de expresión y la responsabilidad de la prensa a través del autocontrol.	115
II.5.1. <u>Autocontrol y bien interno de la profesión periodística</u>	115
II.5.2. <u>El autocontrol: concreción y efectividad del sentido de responsabilidad.</u>	117
II.5.2.1. Definición.	117
II.5.2.2. Razón de ser del autocontrol.	119
II.5.2.2.1. Tutela el derecho a la información.	119
II.5.2.2.2. Reivindica al público como sujeto activo del proceso informativo. .	120
II.5.2.2.3. Evita el heterocontrol y salvaguarda la libertad.	122
II.5.2.2.4. Incrementa la responsabilidad y el prestigio de la profesión.	124
II.5.2.2.5. Aumenta la calidad de la información.	126
II.5.2.3. Efectividad del autocontrol.	126
II.5.3. <u>Formas de autocontrol.</u>	128
II.5.3.1. Mecanismos escritos: los códigos deontológicos.	128
II.5.3.1.1. Desarrollo histórico.	129
II.5.3.1.2. Función y utilidad de los códigos.	132
II.5.3.2. Mecanismos grupales: consejos de prensa, comisiones de ética, tribunales de honor.	134
II.5.3.3. Mecanismos individuales: el <i>ombudsman</i> o defensor del lector.	137
II.5.4. <u>Otras formas de asegurar la responsabilidad social.</u>	140
II.5.4.1. Las auditorías éticas y observatorios.	140
II.5.4.2. Las asociaciones de consumidores: la fuerza del público.	142
II.5.4.3. La enseñanza de la ética periodística.	144
Capítulo III. MARCO HISTÓRICO Y ACTUAL DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN CINCO PAÍSES ANDINOS	147
III.1. Antecedentes generales y contexto actual del periodismo y el autocontrol en Latinoamérica.	149
III.1.1. <u>Antecedentes históricos generales del periodismo latinoamericano.</u>	149
III.1.1.1. Inicios del periodismo.	149
III.1.1.2. Militarismo y economías dependientes.	153
III.1.1.3. Regímenes políticos y restricciones al derecho a la información.	156
III.1.1.3.1. Regímenes políticos.	156
III.1.1.3.2. Modos de restringir el derecho a la información.	158
III.1.1.4. El NOMIC y las últimas décadas del s. XX.	160
III.1.1.5. Actitudes de los medios.	164
III.1.1.6. Asociacionismo profesional.	166

III.1.2. <u>Desarrollo y contexto actual del autocontrol en Latinoamérica.</u>	168
III.1.2.1. <u>Códigos latinoamericanos supranacionales.</u>	168
III.1.2.1.1. <u>Código Latinoamericano de Ética Periodística (1979).</u>	168
III.1.2.1.2. <u>Declaración de Principios Periodismo Centroamericano. (1993).</u>	169
III.1.2.2. <u>Autocontrol en América Latina.</u>	170
III.1.2.2.1. <u>Necesidad y pertinencia del autocontrol.</u>	170
III.1.2.2.2. <u>Auge y expansión de los diversos mecanismos.</u>	172
III.1.2.2.3. <u>Responsabilidad de los medios y sociedad civil:</u> <u>observatorios y veedurías.</u>	174
III.2. Evolución del periodismo y el autocontrol en Perú.	177
III.2.1. <u>Elementos históricos del periodismo peruano.</u>	177
III.2.1.1. <u>Siglo XIX: Dictaduras, caudillismos y florecimiento de la prensa.</u>	177
III.2.1.2. <u>Siglo XX: Alternancia de regímenes civiles y militares:</u> <u>descenso de periódicos.</u>	178
III.2.1.3. <u>1968-1980: Dictadura militar y nacionalización de los medios.</u>	179
III.2.1.4. <u>1980: Vuelta a la democracia y conflictos bélicos: Sendero Luminoso.</u>	181
III.2.1.5. <u>1990-2007: El fujimorismo y la primera década del 2000.</u>	183
III.2.2. <u>Organizaciones profesionales.</u>	185
III.2.3. <u>El autocontrol en Perú.</u>	187
III.3. Evolución del periodismo y el autocontrol en Ecuador.	192
III.3.1. <u>Elementos históricos del periodismo ecuatoriano.</u>	192
III.3.1.1. <u>Siglo XIX: Florecimiento de la prensa tras la independencia.</u>	192
III.3.1.2. <u>El periodismo tras la revolución liberal de Eloy Alfaro.</u>	193
III.3.1.3. <u>El periodismo durante el velasquismo y las dictaduras militares.</u>	194
III.3.1.4. <u>De la inestabilidad democrática a la Asamblea Nac. Constituyente</u>	195
III.3.2. <u>El excesivo gremialismo de Ecuador.</u>	198
III.3.3. <u>El autocontrol en Ecuador.</u>	201
III.4. Evolución del periodismo y el autocontrol en Colombia.	204
III.4.1. <u>Elementos históricos del periodismo colombiano.</u>	204
III.4.1.1. <u>Siglo XIX: Expansión y florecimiento de la prensa.</u>	204
III.4.1.2. <u>Primera mitad del XX: bipartidismo y guerra civil.</u>	205
III.4.1.3. <u>Segunda mitad del XX: democracia entre narcotráfico y guerrilla.</u>	206
III.4.2. <u>La débil organización profesional.</u>	209
III.4.3. <u>El autocontrol en Colombia.</u>	211
III.5. Evolución del periodismo y el autocontrol en Venezuela.	218
III.5.1. <u>Elementos históricos del periodismo venezolano.</u>	218
III.5.1.1. <u>Siglo XIX: Prensa tardía y liberalismo exaltado.</u>	218
III.5.1.2. <u>Dictaduras hasta 1958 y larga estabilidad democrática.</u>	218
III.5.1.3. <u>1999-2013: Chavismo y giro totalitario.</u>	220
III.5.2. <u>Luces y sombras de la organización gremial venezolana.</u>	223
III.5.3. <u>El autocontrol en Venezuela.</u>	224
III.6. Evolución del periodismo y el autocontrol en Chile.	228
III.6.1. <u>Elementos históricos del periodismo chileno.</u>	228
III.6.1.1. <u>Siglo XIX: prensa liberal en un siglo de estabilidad política.</u>	228
III.6.1.2. <u>Parlamentarismo y liderazgo de la prensa chilena.</u>	229
III.6.1.3. <u>El trienio de Allende.</u>	230
III.6.1.4. <u>Pinochet y la crisis del periodismo chileno.</u>	231
III.6.1.5. <u>Transición democrática: crisis y resurgimiento de la prensa.</u>	232
III.6.2. <u>Organizaciones profesionales.</u>	235
III.6.3. <u>El autocontrol en Chile.</u>	236

Capítulo IV. ANÁLISIS EVOLUTIVO Y COMPARADO DE LOS CÓDIGOS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE CINCO PAÍSES ANDINOS.	241
IV.1. Criterios de selección de países y códigos.	243
IV.1.1. <u>Criterios de selección de países.</u>	243
IV.1.1.1. Pertenencia a la Comunidad Andina de Naciones.	243
IV.1.1.2. Desarrollo de su Deontología.	243
IV.1.2. <u>Criterios de selección de códigos.</u>	248
IV.2. Metodología y criterios de análisis del contenido de los códigos.	249
IV.2.1. <u>Metodología de análisis.</u>	249
IV.2.2. <u>Criterios de análisis.</u>	250
IV.2.1.1. Criterio 1: La <u>misión</u> del periodismo es servir al derecho a la inform.	251
IV.2.1.2. Criterio 2: La <u>condición</u> del derecho a la información es la libertad.	252
IV.2.1.3. Criterio 3: El <u>deber</u> fundamental del periodista es decir la verdad.	254
IV.2.1.4. Criterio 4: El <u>límite</u> es el respeto a la dignidad de la persona.	255
IV.2.1.5. Criterio 5: La <u>garantía</u> del autocontrol: mecanismos que lo tutelen.	256
IV.2.3. <u>Formulación de los criterios en los códigos.</u>	258
IV.3. Análisis evolutivo del DI y el autocontrol en los códigos éticos de cinco países andinos.	260
IV.3.1. <u>Perú.</u>	260
IV.3.1.1. Matriz de análisis de los códigos peruanos.	261
IV.3.1.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos peruanos.	265
IV.3.2. <u>Ecuador.</u>	266
IV.3.2.1. Matriz de análisis del código ecuatoriano.	267
IV.3.2.2. Análisis del código de Ética del Periodista Profesional.	269
IV.3.3. <u>Colombia.</u>	272
IV.3.3.1. Matriz de análisis de los códigos colombianos.	272
IV.3.3.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos colombianos.	275
IV.3.4. <u>Venezuela.</u>	279
IV.3.4.1. Matriz de análisis de los códigos venezolanos.	279
IV.3.4.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos venezolanos.	283
IV.3.5. <u>Chile.</u>	285
IV.3.5.1. Matriz de análisis de los códigos chilenos.	285
IV.3.5.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos chilenos.	288
IV.4. Conclusiones.	292
Capítulo V. RESPONSABILIDAD Y AUTOCONTROL EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA (I).	295
V.1. Introducción.	297
V.2. Aspectos metodológicos.	297
V.3. Aplicación de una encuesta a profesores de ética periodística de Perú.	301
V.3.1. Universo de la encuesta.	301
V.3.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.	301
V.3.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.	303
V.3.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.	304
V.4. Aplicación de la encuesta a profesores de ética periodística de Ecuador.	308
V.4.1. Universo de la encuesta.	308
V.4.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.	308
V.4.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.	310
V.4.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.	311
V.5. Aplicación de la encuesta a profesores de ética periodística de Colombia.	314

V.5.1. Universo de la encuesta.	314
V.5.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.	314
V.5.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.	315
V.5.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.	316
V.6. Aplicación de la encuesta a profesores de ética periodística de Venezuela.	319
V.6.1. Universo de la encuesta.	319
V.6.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.	319
V.6.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.	321
V.6.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.	322
V.7. Aplicación de la encuesta a profesores de ética periodística de Chile.	325
V.7.1. Universo de la encuesta.	325
V.7.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.	325
V.7.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.	327
V.7.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.	328
V.8. Análisis comparado y conclusiones de los resultados de la encuesta.	331
V.8.1. <u>Situación e importancia de la materia en los planes de estudio.</u>	331
V.8.1.1. Nivel de implantación de la materia.	331
V.8.1.2. Denominación de la materia.	332
V.8.2. <u>Perfil del profesor de ética periodística.</u>	333
V.8.2.1. Antigüedad y experiencia.	333
V.8.2.2. Formación del profesorado.	334
V.8.3. <u>Contenidos de la asignatura.</u>	335
V.8.3.1. Temas de ética general más valorados.	335
V.8.3.2. Relación libertad-responsabilidad.	336
V.8.3.3. Valoración de los códigos éticos.	337
V.8.3.4. Enfoque con el que imparten la materia de ética periodística.	339
V.8.4. <u>Didáctica empleada.</u>	341
V.8.5. <u>Percepción sobre el nivel ético del periodismo en el país.</u>	342
Capítulo VI. RESPONSABILIDAD Y AUTOCONTROL EN LA ENSEÑANZA	
UNIVERSITARIA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA (II).	345
VI.1. Introducción.	347
VI.2. Análisis de los programas de ética periodística de las universidades de Perú. ..	348
VI.2.1. Universo del estudio.	348
VI.2.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.	348
VI.2.3. Resultados del análisis de la matriz de los programas de Perú.	354
VI.3. Análisis de los programas de ética periodística de las universid. de Ecuador. ..	357
VI.3.1. Universo del estudio.	357
VI.3.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.	357
VI.3.3. Resultados del análisis de la matriz de los programas de Ecuador.	361
VI.4. Análisis de los programas de ética periodística de las universid. de Colombia. .	363
VI.4.1. Universo del estudio.	363
VI.4.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.	363
VI.4.3. Resultados del análisis de la matriz de los programas de Colombia.	368
VI.5. Análisis de los programas de ética periodística de las	
universidades de Venezuela.	371
VI.5.1. Universo del estudio.	371
VI.5.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.	371
VI.5.3. Resultados del análisis de la matriz de los programas de Venezuela.	374
VI.6. Análisis de los programas de ética periodística de las universidades de Chile. .	376
VI.6.1. Universo del estudio.	376

VI.6.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.	376
VI.6.3. Resultados del análisis de la matriz de los programas de Chile.	381
VI.7. Conclusiones.	383
Capítulo VII. CONCLUSIONES.	385
VII.1. El derecho a la información como fundamento del autocontrol.	387
VII.2. Aparición y desarrollo de los mecanismos de autocontrol en la región andina.	388
VII.3. Los códigos éticos de los países andinos y una cultura de autocontrol.	390
VII.4. Estado de la enseñanza de la ética periodística en la región andina y su contribución al autocontrol.	393
VII.4.1. Nivel de implantación de la materia.	393
VII.4.2. Perfil de los profesores de ética periodística.	394
VII.4.3. Enfoque y contenidos de la materia.	395
VII.4.4. Percepción sobre el nivel ético del periodismo y contribución de los códigos.	396
VII.4.5. Importancia y contribución de la materia de ética periodística.	397
VII.5. Los gremios periodísticos y la conciencia profesional de autocontrol.	398
VII.6. Sociedad civil y nuevos modos de promover la libertad-respons. de los medios.	399
VII.7. Retos futuros.	400
BIBLIOGRAFÍA.	403
APÉNDICE DOCUMENTAL 1: Códigos éticos.	427
I. Códigos no vigentes.	429
I.1. Perú.	429
I.2. Colombia.	433
I.3. Venezuela.	437
I.4. Chile.	447
II. Códigos vigentes.	454
II.1. Perú.	444
II.2. Ecuador.	465
II.3. Colombia.	468
II.4. Venezuela.	471
II.5. Chile.	476
APÉNDICE DOCUMENTAL 2: Syllabus de Ética Periodística.	481
1. Perú.	483
2. Ecuador.	564
3. Colombia.	621
4. Venezuela.	700
5. Chile.	727
ANEXOS.	765
1. Encuesta aplicada a los profesores de ética periodística.	767
2. Tabla de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Perú.	770
3. Tabla de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Ecuador.	772
4. Tabla de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Colombia.	774
5. Tabla de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Venezuela.	776
6. Tabla de Facultades y Escuelas de Comunicación Social de Chile.	777

DEDICATORIA

A D. Fernando Rielo Pardal
y a mi familia humana y religiosa.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi director, Profesor Porfirio Barroso Asenjo, por su siempre amable y dedicada dirección, así como por su entusiasta e incansable apoyo en el desarrollo de esta tesis.

Un agradecimiento especial merece la Universidad Técnica Particular de Loja-UTPL (Ecuador), que desde su prospectiva visión de la importancia de la investigación, proporcionó un incondicional apoyo material y humano para el soporte informático y estadístico de este trabajo, y para la dedicación personal que éste supuso.

De igual modo, agradezco a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra su apoyo institucional y con buena parte de la bibliografía requerida, reflejo de su sensibilidad y de su labor educadora e investigadora.

En la investigación de campo que supuso la aplicación de una encuesta a 160 universidades de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, y la recepción de programas académicos de las mismas, fue crucial, en Perú, la labor de la profesora Rosa Zeta, de la Universidad de Piura; en Chile, del profesor Mario Urzúa, de la Universidad Católica de la Santísima Concepción y del profesor Alfredo García, director de la Escuela de Comunicación de la misma; de las profesoras Diana Rivera y María Isabel Punín, de la UTPL (Ecuador); de la profesora Martha Luz Forero, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Santo Domingo, y de la alumna María Cristina Martínez, de esta misma universidad. También hay que mencionar el valioso trabajo del personal de la Unidad de Proyectos y Sistemas Informáticos y del Centro de Asesoría y Desarrollo Empresarial de la UTPL, en especial del economista Medardo Vanegas, por la decisiva labor en el procesamiento informático y estadístico que requirieron los abundantes datos de la encuesta. Asimismo, el equipo del centro de investigación Vía Comunicación de la UTPL realizó una decisiva colaboración como asistentes de investigación, especialmente la profesora Diana Rivera. A todos ellos mi sincero agradecimiento por el magnífico trabajo en equipo y su espíritu de colaboración y servicio.

Por la valiosa asesoría, información y apoyo personal brindado a este trabajo, tanto en entrevistas personales como en una fluida comunicación electrónica, una gratitud muy especial a la profesora Juana Sánchez-Gey Venegas, profesora de la Universidad Autónoma de Madrid; al profesor José Parra Junquera, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y a la investigadora Beatriz Rancaño Pérez, de la misma universidad; a los profesores Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán, de Colombia; a los profesores Amador Navarrete, José Perla Anaya y Miriam Larco, de Perú; a los profesores Mario Urzúa, Abraham Santibáñez y Eugenio Yáñez Rojas, de Chile; a los profesores Max Römer, Director de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB (Venezuela) y Gloria Cuenca de Herrera, de la Universidad Central de Venezuela, y a las profesoras Lucía Lemos y Lourdes Pérez (Decana y Directora, respectivamente, de la Facultad y Escuela de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador), Ana Luisa Guijarro (Universidad Católica de Cuenca-Ecuador), a los profesores Marco Villarruel (Universidad Central del Ecuador) y Héctor Chiriboga (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador) y al profesor Raúl Trejo Delarbre, del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM (México).

Agradezco, igualmente, la desinteresada y gentil ayuda de las siguientes personas: profesor Niceto Blázquez, de la Universidad Complutense de Madrid; Diego Araujo, subdirector editorial del diario HOY (Ecuador); Ronald Navas, *ombudsman* de El Nacional (Venezuela);

Andrés Cañizález, director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (Venezuela); Esther Durante, de la Universidad del Zulia (Venezuela); Omar Rincón, coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung (Colombia); José Fernando Millán, editor nocturno del diario EL TIEMPO (Colombia); Kela León, Directora del Consejo de la Prensa Peruana; Rosa María Alfaro, de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (Perú); Julio César Mateus, Secretario Ejecutivo de FELAFACS (Perú); José Antonio Ulloa, director del Centro Latinoamericano de Investigación en Arte y Comunicación (Trujillo, Perú); Mary Ann Linch, de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC, Ecuador); César Ricaurte, director de Fundamedios (Ecuador); Rubén Darío Buitrón, del diario *Expreso* (Ecuador); José Camino, presidente de la Unión Nacional de Periodistas de Ecuador; René Espín y Sammy de la Torre, presidente y vicepresidente, respectivamente, del Colegio de Periodistas de Pichincha (Ecuador); Marcelo López, secretario general de la Federación Provincial de Periodistas de Pichincha (Ecuador); Ruth Lara, de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador); Juan Manuel Ijurko, profesor de la Escuela Diakonia de Comunicación Audiovisual (Universidad Católica Boliviana, Santa Cruz de la Sierra); Scott Langham, del Press Complaints Commission (UK); Manuel Gómez, de Accuracy in Media (EEUU) y el profesor John Virtue, de la Universidad Internacional de la Florida (EEUU).

Asimismo, agradezco la ayuda brindada por el personal de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y del Centro de Documentación de CIESPAL (Quito, Ecuador), y en especial a Javier Castilla y a Alexandra Grijalva, bibliotecólogos de ambos centros respectivamente. Todos ellos, con su profesionalidad y cordialidad, fueron de gran apoyo técnico y humano. De igual modo, quiero mencionar la importante y profesional ayuda del personal de la Biblioteca Nacional de España.

Quisiera reconocer la valiosa contribución del Consejo Nacional de Educación Superior del Ecuador (CONESUP) y, en concreto, del Ing. Fernando Martínez, responsable del portal electrónico, en la difusión de esta investigación publicando un enlace de la encuesta dirigida a profesores de ética.

Agradezco, además, el apoyo investigador, logístico y humano de la Fundación Fernando Rielo especialmente a su Presidente, Dr. Jesús Fernández Hernández y a su Consejera de Relaciones Internacionales, Dra. Ma. del Carmen García Viyuela. Asimismo, de la Fundación Idente de Estudios e Investigación, como instituciones culturales y científicas vinculadas con centros de investigación y universidades de todo el mundo, que han aportado información y contactos muy importantes.

Es de agradecer, por otro lado, la participación en la investigación de los 120 profesores que contestaron la encuesta y enviaron su programa académico, así como de sus universidades de procedencia, por el interés y colaboración que demostraron.

Por último, recordar la valiosa colaboración de la filóloga Reyes González Portela, de la Universidad de Madrás (India), en la traducción del inglés de varios artículos; de Pablo González Portela, por su apoyo técnico con la bibliografía; así como de Nayra del Río, Isabel Prieto y Patricia Parra, alumnas de 5^o. año de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (curso 2006/2007), en el proceso de análisis de una parte de los códigos y programas académicos de ética periodística.

Aunque también a ellas y a ellos va dedicado este trabajo, quiero aprovechar este espacio para agradecer de todo corazón el cariño, acompañamiento y aliento continuo que durante todo el proceso de elaboración de esta tesis me brindó mi entrañable familia de hermanas y hermanos, tanto espiritual como humana. Sin ello hubiera sido imposible la perseverancia necesaria para culminar la presente investigación.

A todas y a todos, en fin, un sentido y andino “Dios les pague”.

CLAVE DE SIGLAS MÁS UTILIZADAS

ACS Calandria: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria (Perú)

ANP: Asociación Nacional de Periodistas (Perú)

APRA: Alianza Popular Revolucionaria Americana (Perú)

AVP: Asociación Venezolana de Periodistas

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CAN: Comunidad Andina de Naciones

CEDP: Código Europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa)

CIESPAL: Centro Internacional de Estudios de Comunicación para América Latina

CIPA: Colegio de Periodistas de Antioquia (Colombia)

CONAR: Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (Perú)

Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Chile)

CONVEIC: Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación

COPEI: Comité de Organización Política Electoral Independiente (Venezuela)

CNP: Colegio Nacional de Periodistas (Venezuela)

CNTV: Consejo Nacional de Televisión (Chile)

CPB: Círculo de Periodistas de Bogotá

CPP: Consejo de la Prensa Peruana

DUDH: Declaración Universal de los Derechos Humanos

DDHH: Derechos Humanos

DI: Derecho a la Información (derecho humano universal)

DdI: Derecho de la Información (especialidad de las ciencias jurídicas)

FAPE: Federación de Asociaciones de Periodistas de España

FESCOL: *Friedrich Ebert Stiftung* en Colombia

FELAFACS: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

FELAP: Federación Latinoamericana de Periodistas

FENAPE: Federación Nacional de Periodistas (Ecuador)

FIP: Federación Internacional de Periodistas

FLIP: Fundación para la Libertad de Prensa (Colombia)

FNPI: Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (Colombia)

FPP: Federación de Periodistas del Perú

ICFJ: Centro Internacional para Periodistas

IJNET: Internacional Journalists Network (Red Internacional de Periodistas)

LE: Libertad de Expresión

Ley Resorte: Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión (Venezuela)

M*A*R*S: *Moyens d'Assurer la Responsabilité Social des Medias* (medios de asegurar la responsabilidad social de los medios de comunicación social)

M*A*S: *Media Accountability Systems*

NOMIC: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación

OGM: Observatorio Global de Medios (Venezuela)

OIP: Organización Internacional de Periodistas

ONG: Organización no Gubernamental

ONU: Organización de las Naciones Unidas

ONO: *Organization of News Ombudsman*

RCTV: Radio Caracas Televisión

RSF: Reporteros sin Fronteras

SIP: Sociedad Interamericana de Prensa (EEUU)

SNTP: Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (Venezuela)

STC: Sentencia del Tribunal Constitucional (España)

TIC's: (Nuevas) Tecnologías de la Información y de la Comunicación

TRINED: Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (Chile)

TRS: Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa (Comisión Hutchins)

UCAB: Universidad Católica Andrés Bello (Caracas, Venezuela)

UCV: Universidad Central de Venezuela

UNESCO: Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

UNP: Unión Nacional de Periodistas (Ecuador)

UTPL: Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

WPFC: Comité Mundial de Libertad de Prensa

Capítulo I
INTRODUCCIÓN

I.1. PLANTEAMIENTOS GENERALES.

Es un hecho que actualmente los medios de comunicación social, con la globalización que permiten las nuevas tecnologías y la eliminación de fronteras espacio-temporales y, hasta cierto grado, las culturales y económicas, están mediando la interrelación de los seres humanos, de las sociedades, de los países y de los mercados.

Esta capacidad de los medios, de la cual no dejan de asombrarse los investigadores sociales, ha hecho que surjan propuestas desde la ética, como la de Hans Jonas y su principio de la responsabilidad indefinida, que viene a decir que según el poder y la envergadura de la actuación de los medios en esa medida tiene que ser también su responsabilidad. De algún modo, eso mismo planteó en 1947 la Comisión sobre Libertad de Prensa o Comisión Hutchins en Estados Unidos, con su teoría de la responsabilidad social, ante las arbitrariedades de la prensa norteamericana de ese momento. Pese al receloso clima de la guerra fría, y la tendencia a polarizar los debates y las reflexiones, esta teoría tuvo el mérito de suscitar en el periodismo de la segunda mitad del siglo XX, y hasta la fecha, la inagotable cuestión de cómo conjugar la libertad y la responsabilidad de la prensa.

En este sentido, no es casual que un año después, en 1948, la Declaración Universal de los Derechos Humanos otorgase la partida de nacimiento al derecho a la información, con sus tres facultades (investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones), cambiando de ese modo la perspectiva de la libertad de expresión, como conquista histórica de la prensa y de los periodistas, a un derecho humano fundamental de todo ciudadano, clave para el desarrollo democrático y la convivencia pacífica entre las naciones.

Si situamos esta reflexión en un ámbito geográfico y sociocultural tan sorprendente como inexplorado, desde el punto de vista ético y periodístico, cual es la región andina latinoamericana, la necesidad de articular la libertad y la responsabilidad de la prensa adquieren un carácter de urgencia, por el protagonismo histórico de los grandes periódicos y la situación de debilidad e inestabilidad crónica que sufren, en general, estos países.

Aunque comparten muchas similitudes históricas y geográficas, las cinco naciones de nuestro estudio, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, también guardan importantes diferencias. Entre las similitudes, haber atravesado sucesivamente por

períodos de democracia y dictaduras de todo signo, las cuales, entre otros factores, fueron minando la capacidad de progreso y desarrollo que, por su inmenso patrimonio natural y cultural, todas poseen en potencia. Entre las diferencias, la extensión y carácter de sus dictaduras, desde la más represiva, como la chilena, hasta las más moderadas, como las ecuatorianas, y las particulares relaciones con la prensa y la libertad de expresión. Además, actualmente hay dos países que se desmarcan especialmente del resto. Mientras que Ecuador, Perú y Chile, en ese orden, están llegando de nuevo a la democracia y consolidándola, Venezuela, que era una de las democracias más estables de la región, va “progresando” en el totalitarismo, y Colombia, otra larga democracia, sigue en el túnel oscuro de un conflicto armado para el que no se ve muy pronta salida.

Y en medio de este panorama se encuentran, como asistentes de primera fila, pero también como primeras víctimas, los periodistas y los medios informativos, ante una crucial tarea informativa. Labor nada fácil en estos contextos aparentemente democráticos, pero con presiones de todo tipo, en las que los periodistas tienen que defender la necesaria libertad de expresión y, a la vez, servir cada vez mejor al derecho universal del público a la información.

Esta misión, además, está estrechamente relacionada con la emergencia de una sociedad civil, en Latinoamérica y en la región andina, cada vez más organizada, madura y consciente de sus derechos, que por un lado reclama de los medios cada vez mayor atención a las necesidades de la gente y la promoción de la participación del público en las agendas informativas, y por el otro, reivindica con creciente fuerza su legítimo derecho a la información y a hacer de la comunicación un espacio clave de construcción de ciudadanía.

Es en este contexto que hay que entender, en el ámbito periodístico, el tardío pero decidido resurgimiento de la deontología y la aparición de otros mecanismos de autocontrol, unido al debate y reflexión, réplica de lo que está sucediendo en otros lugares del mundo. Con la diferencia de que mientras en Estados Unidos y en Europa abundan las investigaciones sobre el tema, lo cual retroalimenta y fortalece dichos mecanismos, en la comunidad andina hay una escasez de reflexión y, por tanto, de acciones concretas, lo cual es preocupante dado el papel estratégico del periodismo y de los medios para la consolidación de las democracias y del Estado social de Derecho.

Por otro lado, creemos que en el marco de la Comunidad Andina de Naciones, donde se están estrechando lazos cada vez más firmes en temas de cooperación política,

económica y cultural, es oportuna una investigación sobre ética periodística y autocontrol que promueva una línea común y un trabajo conjunto en este sentido.

Desde estos presupuestos, consideramos esencial hacer en el primer capítulo una declaración de términos, a modo de fundamentación ética, que serán las bases teóricas que, junto con las que se exponen en otros capítulos, nutrirán todas las reflexiones contenidas a lo largo de la tesis. Sin ello creemos que el concepto de autocontrol, así como el enfoque del equilibrio entre libertad y responsabilidad, quedan como ideas imprecisas sujetas a múltiples interpretaciones.

En el segundo capítulo, hacemos un recorrido histórico por la evolución del concepto de libertad de expresión, clave para entender el salto cualitativo que se ha dado en el siglo XX, pasando del acento en las libertades de los periodistas y de la prensa, enfoque que, como se suele criticar mucho en Latinoamérica, confundió libertad de prensa con libertad de imprenta, al acento en el ciudadano y su derecho humano fundamental a la información. La consecuencia de esa evolución conceptual es la emergencia del autocontrol, o la autorregulación, como el modo necesario y mejor para que los medios cumplan con su función pública, ya sean medios privados o públicos, y a la vez salvaguarden su libertad. Y esta tarea del autocontrol está desbordando el ámbito de los medios y de los periodistas, pues los públicos empiezan a ser representados en dichos mecanismos o a crear otras formas de asegurar la responsabilidad de los medios, como los observatorios o las veedurías ciudadanas.

Dada la importancia del contexto en el que se inserta nuestra investigación ética, en el tercer capítulo presentamos un sintético panorama de los hechos más relevantes de la historia del periodismo, a nivel general, y luego por países, para tener las claves de comprensión de la emergencia y situación actual de los diversos mecanismos de autocontrol existentes en cada país.

El capítulo IV hace un análisis, en cada país, de todos los códigos éticos del periodismo de ámbito nacional, para verificar la presencia de esa evolución hacia el derecho a la información y el autocontrol, lo cual es un signo muy positivo de que, al menos como declaración de intenciones, los periodistas de estos países conciben su profesión desde el equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad hacia el derecho a la información del público.

En el capítulo V presentamos y analizamos los resultados de una importante encuesta aplicada a los profesores de ética periodística de las Facultades y Escuelas de Periodismo de los cinco países, entre enero de 2007 y mayo de 2008, a través de la cual queremos constatar la importancia de la asignatura en los planes de estudio y que el enfoque coincide con el de la armonía entre libertad y responsabilidad, traducido en el autocontrol y el derecho a la información.

El capítulo VI es continuidad del V pues, en el mismo ámbito de la enseñanza de la ética periodística, analizamos exhaustivamente los programas de la materia o syllabus, como son llamados en la región andina, para constatar la presencia del enfoque de la libertad-responsabilidad y del autocontrol, lo cual permitiría pronosticar la consolidación y creciente desarrollo del debate sobre el tema y el funcionamiento de mecanismos eficaces de autocontrol. Y, desde luego, ello sería un signo muy saludable de madurez democrática.

Asimismo, también se hace un análisis comparado de la situación de la enseñanza, para identificar cuáles son las líneas comunes que comparten los diversos países analizados y en qué puntos divergen, así como las razones de ello.

En definitiva, se trata de constatar, en el poco conocido campo de la deontología y del autocontrol de los países andinos, así como en la enseñanza universitaria de la ética periodística, la presencia del enfoque sustentado en nuestra investigación: el del derecho a la información y el autocontrol, como el mejor modo de articular la libertad y la responsabilidad de la prensa. De ser así, y relacionado con la aparición de nuevos mecanismos de autocontrol y con la emergencia de una ciudadanía cada vez más participativa, podemos avizorar buenas perspectivas para la práctica periodística en estos países, en orden a hacer del periodismo y de la comunicación espacios de construcción de democracia y ciudadanía.

I.2. INVESTIGACIONES PRECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL TEMA.

Tanto en Estados Unidos como en Europa hay un buen número de investigadores que se han dedicado a la recopilación y al estudio de los códigos éticos del periodismo en esos países, sobre todo a partir de los años 70 del siglo XX, en que se dio un resurgimiento del

interés por la ética del periodismo,¹ y en la década de los 80 y 90, en que la ética de los medios de comunicación se convierte en objeto de investigación frecuente, primero en Estados Unidos y después en Europa.²

I.2.1. Investigaciones de ámbito internacional.

Como investigaciones sobre deontología de ámbito mundial, destacan: el estudio sobre los códigos de la prensa internacional que, en nombre de la Federación Internacional de Periodistas, presentó François Geyer a la Unesco en 1975;³ el análisis comparativo de códigos realizado por el finlandés Lars Bruun, publicado por la Organización Internacional de Periodistas en 1979,⁴ y el informe sobre códigos y consejos de prensa de John Clement Jones publicado por la Unesco en 1981,⁵ en el que el autor recomienda la redacción de un código internacional de la Unesco. En 1979, se publicó un estudio a nivel mundial sobre los principios éticos presentes en los códigos de ética nacionales, realizado por el holandés Cees Hamelink, con el fin de ver la posibilidad de un código internacional de ética.⁶

Igualmente, hay que mencionar el análisis de códigos de todo el mundo que realizó el Profesor de la Universidad de Navarra, Luka Brajnovic, publicado dentro de su obra *Deontología Periodística* en 1978,⁷ un clásico en la materia. En la misma universidad, en 1974 el Profesor Santos Ibáñez Pérez publicó un análisis comparativo de los códigos deontológicos⁸. Una investigación importante es la del experto en ética periodística

¹ Cfr. Clifford Christians (1989): "Self-Regulation: A Critical Role for Codes of Ethics", en E. Denno, D. Gillmor y T. Glasser (eds.): *Media Freedom and Accountability*. Westport: Greenwood Press, citado por T. Laitila en "Codes of Ethics in Europe", en K. Nordenstreng (ed.) (1995): *Reports on Media Ethics in Europe*. Tampere, University of Tampere, p. 24.

² Para una información completa y detallada de todos los investigadores y obras en torno a la ética de los medios de comunicación, en Estados Unidos y en Europa, consultar el artículo de Clifford Christians (2000): "An intellectual History of Media Ethics". En Pattyn, Bart (ed.): *Media Ethics: Opening Social Dialogue*. Lovaina, Peeters, pp. 15-46.

³ François Geyer (1975): *Les codes déontologiques dans la Presse Internationale*. Lausana, Federación Internacional de Periodistas.

⁴ Lars Bruun (ed.) (1979): *Professional Codes in Journalism*. Praga, Internacional Organization of Journalists.

⁵ J. Clement Jones (1981): *Déontologie de l'information. Codes et conseils de presse. Étude comparative des règles de la morales pratique dans les métiers d'information à travers le monde*. París, Unesco.

⁶ "Periodismo: principios éticos en los códigos y en la práctica", en Alberto Ruiz Eldredge (1979): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*, México, Editorial Nueva Imagen.

⁷ Luka Brajnovic (1978): *Deontología periodística*, 2ª edición, Pamplona, Universidad de Navarra.

⁸ Santos Ibáñez Pérez (1974): *Análisis comparativo de los códigos deontológicos*. Pamplona, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

Porfirio Barroso, fruto de su tesis doctoral sobre el análisis de los códigos éticos de todo el mundo publicada en 1984, y sus estudios de años posteriores.⁹

En 1987, el Profesor Jesús González Bedoya, de la Universidad Complutense de Madrid, publicó su obra *Manual de Deontología Informativa* que incluye un capítulo en el que selecciona minuciosamente los artículos de numerosos códigos internacionales y nacionales que hacen referencia a cada uno de los principios y aspectos éticos del periodismo.¹⁰

Posteriormente, en 1989, destaca el estudio de los códigos a nivel mundial coordinado por los expertos norteamericanos Thomas W. Cooper, Clifford Christians, Frances F. Plude y Robert A. White, editado con el nombre *Communication ethics and global change*.¹¹ En el mismo, se hace una recopilación muy completa de códigos de ética de la comunicación y un análisis comparativo de los principios éticos que contiene cada código.

Un autor cuya investigación es de alcance internacional es la del francés Claude-Jean Bertrand, recientemente fallecido.¹² Sus obras sobre autocontrol, que él denominaba con el signo M*A*R*S (Medios de Asegurar la Responsabilidad Social), se han convertido en un verdadero manual de referencia para los estudiosos en este campo.¹³ Asimismo, en el ámbito francófono, destaca la obra del suizo Daniel Cornu, *Journalisme et Verité*,¹⁴ que es un estudio minucioso sobre las debilidades y fortalezas de la Deontología, y en la que analiza la contribución de los códigos éticos internacionales que han marcado el desarrollo deontológico de todos los países durante la segunda mitad del siglo XX. En su obra, Cornu propone un método de análisis de los códigos muy significativo, que es el que adoptamos en esta tesis.

⁹ Porfirio Barroso (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas/Verbo Divino; (1991): "Códigos deontológicos de la comunicación" en Ángel Benito (dir.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas; Barroso Asenjo, Porfirio & María del Mar López Talavera (1998): *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Fragua.

¹⁰ Jesús González Bedoya (1987): *Manual de Deontología Informativa*. Madrid, Alambra. II Parte: "Códigos de ética profesional del periodismo", pp. 145-261.

¹¹ Thomas W. Cooper, Clifford Christians, Frances F. Plude y Robert White. (Eds.) (1989): *Communication ethics and global change*. New York, Longman.

¹² El 21 de septiembre de 2007.

¹³ Claude-Jean Bertrand (1999): *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*, Paris, Ed. Economica; (2000): *Media Ethics & Accountability Systems*. Transaction Publishers, New Brunswick (USA) and London (UK).

¹⁴ Daniel Cornu (1994): *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*. Genève, Labor et Fides.

Más recientemente, una recopilación mundial de códigos vigentes la realiza el mexicano Ernesto Villanueva, publicada en 1999, pero en el que no se hace un estudio comparativo, como el realizado por Barroso.¹⁵ Ya en el año 2000, la Unesco realizó otros estudios sobre deontología, como el de Pigeat y Huteau.¹⁶

Una obra importante de referencia obligada, publicada en el 2000 por la prestigiosa Universidad Católica de Lovaina, es *Media Ethics. Opening Social Dialogue*, coordinado por Bart Pattyn, en el que constan varios capítulos sobre estudios comparativos de códigos de la alemana Barbara Thomas y del norteamericano Clifford Christians.¹⁷

I.2.2. Investigaciones en el ámbito norteamericano y europeo.

En Estados Unidos, la investigación en ética aplicada y ética periodística es abundante. Aparte de la importante labor del Hastings Center for Applied Ethics, de Nueva York, hay que mencionar los estudios, algunos ya convertidos en clásicos, sobre ética periodística y sobre deontología de expertos como Edmund Lambeth,¹⁸ John C. Merrill,¹⁹ Eugene H. Goodwin,²⁰ Conrad Fink,²¹ Rivers y Mathews,²² Jeremy Iggers.²³

A nivel europeo, un centro importante de investigación en ética informativa y en deontología es el Departamento de Periodismo y de Comunicación de Masas de la Universidad de Tampere (Finlandia) con las investigaciones de los profesores Kaarle Nordenstreng, y Tiina Laitila. Esta última defendió en 1995 su tesis doctoral acerca de la posibilidad de un código ético común para el Parlamento Europeo, para lo cual hizo un estudio sobre los códigos éticos nacionales de todos los países de la Unión Europea.²⁴ El

¹⁵ Ernesto Villanueva (1999): *Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. Bogotá/México D.F., PUJ/Universidad Iberoamericana.

¹⁶ Henri Pigeat et Jean Huteau (2000): *Déontologie des médias: institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*, París, UNESCO/Económica.

¹⁷ Bart Pattyn (ed.) (2000): *Media Ethics. Opening Social Dialogue*. Lovaina, Peeters.

¹⁸ Edmund B. Lambeth (1992), *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*, México, Grupo Noriega Editores. (Primera edición de 1986).

¹⁹ Entre sus muchas obras, podemos mencionar *Periodismo existencial. Nuevo enfoque hacia las posibilidades de una prensa independiente, veraz y honesta*, México D.F., Edamex, 1981, y *El imperativo de la libertad. Una filosofía de la autonomía periodística*. México, Edamex, 1982.

²⁰ Eugene H. Goodwin (1987): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, México, Gernika, y (1994) *Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética*. Bogotá, Tercer Mundo Editores.

²¹ Conrad Fink (1988): *Media ethics in the newsroom and beyond*, McGraw-Hill, New York 1988.

²² William L. Rivers and Cleve Mathews (1994): *La ética en los medios de comunicación*, 2ª edición, México Gernika.

²³ Jeremy Iggers (1998): *Good News, Bad News. Journalism Ethics and the Public Interest*. WestviewPress, Oxford, UK, 1998.

²⁴ Tiina Laitila (1995): *Ética de los medios en Europa. En busca de una base común* [Tesis Doctoral]. Universidad de Tampere (Finlandia), inédita.

método de análisis empleado ha sido un referente metodológico para la presente investigación. Basándose especialmente en el concepto de responsabilidad de Dennis McQuail, la autora identificó seis funciones de la prensa que desglosó en trece categorías y en 61 principios éticos, a la luz de los cuales hizo la comparación del conjunto de códigos europeos. En el mismo ámbito europeo Ernesto Villanueva publicó en 1997 el libro *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*,²⁵ en el que recopila los códigos europeos vigentes y estudia, de modo sucinto, los principios éticos presentes en los mismos.

El profesor español Hugo Aznar, de la Universidad CEU-San Pablo de Valencia, es un estudioso de la autorregulación y en sus obras, además de hacer un recorrido histórico por los textos internacionales más importantes, se dedica especialmente al ámbito europeo y al español, recopilando los documentos más representativos de los medios de comunicación y de las instituciones y organizaciones relacionadas con la comunicación.²⁶

Otros autores que a fines del siglo XX y en la primera década del siglo han hecho recopilaciones deontológicas y de otros mecanismos de autocontrol y han hecho análisis sobre ellos son: Juan Carlos Suárez Villegas, de la Universidad de Sevilla (España),²⁷ y Pérez Fuentes.²⁸ Asimismo, en ese mismo período destacan las importantes contribuciones al debate sobre el autocontrol o autorregulación de profesor Carlos Soria, de la Universidad de Navarra,²⁹ Bel Mallen,³⁰ Karen Sanders,³¹ O'Malley y Clive³² y Carlos Ruiz.³³

²⁵ Ernesto Villanueva (1996): *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*. México, Fundación Manuel Buendía/Generalitat de Cataluña.

²⁶ Hugo Aznar (1999). *Ética y Periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Paidós; (2005): *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel (2ª. ed. actualizada).

²⁷ *Medios de Comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Sevilla, MAD, 1991, *Principios de ética profesional*, Madrid, Tecnos, 2001 y *Análisis ético de la información*, Sevilla, MAD, 2001.

²⁸ Juan Carlos Pérez Fuentes (2004) (Compilación y edición) *Ética Periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

²⁹ Carlos Soria (1997): *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona, Eunsa, Ediciones Universidad de Navarra.

³⁰ José Ignacio Bel Mallen y Loreto Corredoira (coords.) (2003): "Autocontrol", en *Derecho de la información*. Barcelona, Ariel, pp. 293-308; J.I. Bel Mallen (1992): "El autocontrol de la actividad informativa", en J.I. Bel Mallen et al.: *Derecho de la Información* (I). Madrid, Colex y J.I. Bel Mallen (1991) "Autocontrol" en Ángel Benito (coord) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.

³¹ Karen Sanders (2003): *Ethics and Journalism*, London. Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications.

³² Tom O'Malley y Soley Clive (2000): *Regulating The Press*. Londres, Pluto Press.

³³ Carlos Ruiz (2003): *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao, Grafite Ediciones.

Asimismo, una investigación importante en el campo de la autorregulación es el estudio del español Carlos Maciá Barber sobre la figura del *ombudsman*, publicada en 2006.³⁴

Otro departamento universitario especializado en investigaciones en el campo de la ética y deontología de la información es el Departamento de Periodismo III de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, con los trabajos de investigación y tesis doctorales dirigidas por el Profesor Porfirio Barroso, así como los valiosas aportaciones en la docencia de la Ética y la Deontología de la Información que han realizado los profesores Francisco Vázquez y Niceto Blázquez, ya retirados, Elena Real Rodríguez y José Parra Junquera. Es ilustrativo de la importante producción investigadora la tesis doctoral sobre la autorregulación europea defendida en 2005 por Beatriz Rancaño Pérez, en la que hace una historia y análisis de la autorregulación en seis países europeos, mencionando los códigos y el resto de mecanismos de autocontrol.³⁵

I.2.3. Investigaciones en el ámbito latinoamericano y andino.

A nivel latinoamericano y andino, destaca el estudio de Hernán Uribe sobre la ética periodística en América Latina realizado en 1984,³⁶ en el que analiza varios códigos nacionales de América Latina, y el publicado en 1990 por los colombianos Luis López Forero y Luis José González, profesores de la Universidad Santo Tomás (Bogotá), que es un libro sobre ética periodística en el que, además de analizar los códigos colombianos, hacen un recorrido por los códigos del mundo y por los latinoamericanos.³⁷ En 1991 apareció la primera edición del libro *Ética para periodistas*, de los reconocidos periodistas colombianos María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo, que analizan algunos códigos internacionales y una pequeña selección de códigos latinoamericanos.³⁸ Otro estudioso de la deontología y la ética periodística mundial y latinoamericana es el Profesor Niceto Blázquez, también del Departamento de Periodismo III de la Facultad de Ciencias de la

³⁴ Carlos Maciá Barber (2006): *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Los paladines contra el periodismo desencaminado*. Madrid, Editorial Universitas S.A.

³⁵ Beatriz Rancaño Pérez (2004): *La autorregulación en el periodismo: perspectiva histórica y comparada en seis países de la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita.

³⁶ Hernán Uribe O. (1984): *Ética Periodística en América Latina. Deontología y Estatuto Profesional*. México D.F., UNAM.

³⁷ Luis López Forero y Luis José González (1990): *Ética, comunicación y códigos del periodismo*. Bogotá, Editorial El Búho.

³⁸ M^a. Teresa Herrán y Javier D. Restrepo (2005⁴): *Ética para periodistas*. Bogotá, Norma.

Información de la UCM, que cuenta con varios libros y capítulos de libros sobre el tema.³⁹

Otra aportación significativa al estudio de la ética en Latinoamérica fue la tesis doctoral de Ma. del Mar López Talavera, con el título *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina*, defendida en la Universidad Complutense de Madrid en 1999, bajo la dirección del Profesor Porfirio Barroso, en el que hace una historia de la deontología latinoamericana y un análisis del contenido de los códigos nacionales de todos los países latinoamericanos además de anexar una valiosa compilación de códigos vigentes y no vigentes.⁴⁰

Por su parte, el Centro Internacional de Estudios de Comunicación para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito (Ecuador), no ha tratado en los últimos años la ética periodística como una línea prioritaria de reflexión e investigación. Destacan en 1966 el libro de Jacques Leauté;⁴¹ en 1990 una breve recopilación de varios códigos éticos nacionales latinoamericanos, sin acompañarlos de ningún análisis,⁴² y en 2004 un estudio sobre deontología y legislación ecuatoriana del ecuatoriano Milton Salvador, uno de los pocos autores del país dedicados a este tema.⁴³ Asimismo, CIESPAL dedicó dos números de su conocida revista *Chasqui* a temas de ética periodística en Latinoamérica,⁴⁴ en los que constan artículos de varios autores ecuatorianos que analizan algunos códigos éticos.⁴⁵

Otro análisis de códigos hecho en Ecuador es el de Fabián Garcés, en 1993, aunque breve y sin hacer un aporte significativo, pero tiene el mérito de ser de los pocos trabajos de ese estilo en el país.⁴⁶

Existen, además, interesantes estudios sobre autorregulación en América Latina, como el realizado por el mexicano Gerardo Albarrán,⁴⁷ director de la revista electrónica *Sala de*

³⁹ Niceto Blázquez (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC, cap. VIII: “La ética periodística en España e Iberoamérica”, pp. 223-285; “La deontología periodística en Latinoamérica”, Cap. 13. del libro E. Bonete (coord.) (1995): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, pp. 280-297.

⁴⁰ M^a. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/3/S3032201.pdf>

⁴¹ Jacques Leauté (1966): *Ética y responsabilidad del periodista*. Quito, CIESPAL.

⁴² CIESPAL (1990): *Códigos de ética de los periodistas*, Cuadernos Chasqui No. 10, Quito, CIESPAL.

⁴³ Milton Salvador (2004): *Comunicación Social. Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética*. Quito, Editorial Quipus-CIESPAL.

⁴⁴ *Chasqui* No. 18 (abril-junio 1986) y *Chasqui* N^o. 61 (marzo 1998).

⁴⁵ “Los códigos de ética en América Latina”, de Lincoln Larrea Benalcázar, en *Chasqui* N^o. 18.

⁴⁶ Fabián Garcés (1993): *Ética en la Comunicación*. Quito: Cronos, Comunicación para el desarrollo.

⁴⁷ Gerardo Albarrán de Alba (2002): *Mecanismos de autorregulación. Un estudio comparado sobre la ética periodística en Latinoamérica*, [Tesis Doctoral], Universidad de Occidente, inédita.

Prensa, pero su ámbito es Latinoamérica en general y no países específicos, como es nuestra investigación, y el trabajo del también mexicano Ernesto Villanueva, de la Universidad Iberoamericana, sobre la autorregulación y los consejos de prensa en el mundo, que constituyó su tesis doctoral defendida en la Universidad de Navarra. En ella, trata someramente de los dos consejos de prensa existentes en Perú y Chile.⁴⁸ Asimismo, hay investigaciones sobre la figura del *ombudsman* en la región, destacando las realizadas por las profesoras peruanas Rosa Zeta y Susana Herrera, de la Universidad de Piura,⁴⁹ pero también los trabajos publicados por Albarrán⁵⁰ y Rey⁵¹ en 2002 y 2003, respectivamente. De este mismo autor colombiano, Germán Rey, hay interesantes análisis sobre los observatorios y veedurías, como mecanismos que están emergiendo con fuerza en la región así como sobre la autorregulación en general.⁵² Igualmente, otros académicos importantes de los países andinos están prestando atención creciente a la autorregulación.⁵³

En Venezuela funcionó hasta septiembre de 2006 el Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONVEIC), que organizó en 1997 en Caracas, conjuntamente con la Universidad Complutense de Madrid, el seminario “Periodismo, ética y democracia”. En las conclusiones de dicho encuentro se propuso la creación de un *ombudsman*, como el mejor mecanismo de autocontrol y se le concedió mucha importancia a la formación de los periodistas y al ejercicio ético.⁵⁴ Desgraciadamente, el CONVEIC dejó de funcionar en septiembre de 2006.

⁴⁸ Ernesto Villanueva (2001): *Autorregulación informativa y consejos de prensa alrededor del mundo: una aproximación comparativa* [Tesis Doctoral], Universidad de Navarra.

⁴⁹ Cfr. Rosa Zeta y Susana Herrera (2005): “Situación del ombudsman en Latinoamérica”, en *Sala de Prensa*, núm. 76, Año VI, Vol. 3, página web: www.saladeprensa.org, fecha de consulta: 5-2-08.

⁵⁰ Gerardo Albarrán (2003): “Contextos jurídico, político y social del defensor del lector”, en *Sala de Prensa*, N°. 53, Año V, Vol. 2, página web: <http://www.saladeprensa.org/art428.htm>, consulta: 17-5-08 y (2002): “La figura del defensor de lector en los diarios digitales”, en *Sala de Prensa*, N°. 50, Año VI, Vol. 2, página web: www.saladeprensa.org/art405.htm, fecha de consulta: 5-2-08.

⁵¹ Germán Rey (2003a): “El Defensor del Lector: un oficio en construcción”, en *Sala de Prensa*, N°. 53, Año V, Vol. 2, página web: www.saladeprensa.org, fecha de consulta: 15-11-07.

⁵² Cfr. Germán Rey (2003b): “Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina”, en la página web de Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, www.veeduria.org.pe/rey.htm. Consulta: 9-2-08 y “Autorregulación y sociedad en América Latina”, en ACS Calandria/VCCS (2006): *Autorregulación ya. Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS.

⁵³ Javier Darío Restrepo (2006): “¿Qué esperar de la autorregulación?” y Rosa María Alfaro (2006): “Aportes de los observatorios a la autorregulación ética”, en Calandria/VCCS: *Autorregulación ya. Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS.

⁵⁴ Cfr. Conclusiones del seminario “Periodismo, ética y democracia”, realizado por la UCM y el Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación en Isla Margarita (Venezuela), el 5 y 6 de noviembre de 1997, en *Chasqui* No. 61, marzo 1998, p. 38.

En cuanto a departamentos de universidades de los países de nuestro estudio (Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile), hay que mencionar que salvo algunas excepciones no se han encontrado proyectos o líneas de investigación que traten directamente el campo de la ética y la deontología periodísticas o de la autorregulación, y si las tienen no están muy desarrolladas. Un caso paradigmático es el de universidades con una fuerte infraestructura investigadora como la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Universidad de Chile o la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), de Caracas, que incluso cuenta con un Centro de Investigación de la Comunicación,⁵⁵ pero que no incluyen el campo específico de la ética y la autorregulación entre temas de investigación. No obstante, hay que destacar la importante labor investigadora de este centro, que edita la revista *Temas de Comunicación* y a través de su portal ofrece diversos recursos para investigadores. Vinculada a la UCAB se encuentra la Fundación Centro Gumilla, Centro de Investigación y Acción Social de los jesuitas, entre cuyas actividades está la publicación de la importante revista *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, la más antigua y sólida publicación del tema en el país. Por su parte, la Universidad de Chile cuenta con el dinámico Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) y su Centro de Estudios de la Comunicación (CECOM), que tiene como una de sus líneas “Ética, libertad de expresión y legislación de prensa”, pero sus publicaciones y trabajos de investigación se centran en todo lo relativo a la libertad de expresión, y últimamente su interés se orienta al desigual acceso al ejercicio de esta libertad y a la descentralización de la información.⁵⁶

Más que programas y líneas de investigación, en los países de nuestro estudio lo que se han desarrollado son iniciativas individuales de académicos universitarios. En Chile destaca como investigador en temas de ética Emilio Filippi, que estudia la ética periodística y la deontología en su país⁵⁷. Igualmente, son importantes los aportes al estudio y reflexión de temas éticos los artículos y libros dirigidos por Tomás Mac Hale,⁵⁸ de la Pontificia Universidad Católica de Chile, donde es Profesor de Ética Periodística y de Derecho a la Información, y su labor como editor fundador de la revista *Cuadernos de Información*, editada por la misma universidad. También hay que mencionar a la profesora

⁵⁵ Cfr. http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/Infocracia_CIC/recursos/palabra_enjuiciada.pdf, consulta 17-1-08.

⁵⁶ Portal del Instituto de la comunicación e Imagen de la Universidad de Chile: <http://www.icei.uchile.cl/investigacion/index.html>, consulta: 17-5-08.

⁵⁷ Emilio Filippi Murato (1991): *La profesión de periodista (una visión ética)*. Santiago, Atena.

⁵⁸ Tomás Mac Hale (ed.) (1988): *Libertad de expresión, ética periodística y desinformación*. Santiago: Centro de Estudios de la Prensa. Facultad de Letras. Pontificia Universidad Católica de Chile.

María José Lecaros, actualmente docente en la Universidad de Los Andes (Santiago), con trabajos interesantes en el área de ética periodística.⁵⁹

Otras aportaciones interesantes son las realizadas por el profesor Mario Urzúa, de la Universidad Católica Santísima Concepción (Concepción, Chile), cuya Escuela de Periodismo publicó en 2005 su libro *Periodismo y ética: temas actuales*,⁶⁰ y el aporte del profesor Eugenio Yáñez Rojas, de la Universidad Adolfo Ibáñez, de Valparaíso (Chile), que publicó en 2007 el libro *Medios de Comunicación Social y Periodismo. Una aproximación desde la ética*.⁶¹ Asimismo, en Ecuador, la Universidad Técnica Particular de Loja publicó en octubre de 2007 la traducción al español, hecha por Porfirio Barroso, del libro *La Ética del Periodismo. Fundamentos filosóficos de los nuevos medios de información*, de John Merrill.⁶²

El Instituto de Investigación de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, también cuenta con profesores que han hecho aportaciones significativas al estudio de la ética periodística. Destaca la profesora Gloria Cuenca de Herrera, como prolija estudiosa en temas de ética. Hay que mencionar especialmente, entre otras obras, sus libros *Ética para periodistas* (1995) así como *La enseñanza de la Comunicación y el Periodismo en Venezuela* (1998).

También en Venezuela, Antonio Pasquali publicó en 1991 una obra en la que trata sobre la deontología en el país y los problemas para aplicar el código de ética en los medios de comunicación venezolanos.⁶³ Clifford Christians destaca en su artículo sobre historia de la ética el modelo intersubjetivo de ética de la comunicación desarrollado por Pasquali en 1997.⁶⁴

En Perú, la Universidad San Martín de Porres (Lima), que realiza una interesante labor editorial, publicó en 2002 el estudio de Aldo Vásquez, docente de Metodología de la

⁵⁹ María José Lecaros (1991): ¿Quién controla la ética periodística?, en *Cuadernos de Información*, N^o. 7, pp. 67-83, y (1989) *Ética Periodística*, Santiago; (1984): “Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins”, en *Cuadernos de Información*, N^o. 1, Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile.

⁶⁰ Mario Urzúa (2005): *Periodismo y Ética: Temas actuales*. Santiago, Centro de Estudios Bicentenario (en convenio con la Universidad Católica de la Santísima Concepción).

⁶¹ Eugenio Yáñez Rojas (2007): *Medios de Comunicación Social y Periodismo. Una aproximación desde la ética*. Santiago, Centro de Estudios Bicentenario/Universidad Adolfo Ibáñez.

⁶² John Merrill (2007): *La Ética del Periodismo. Fundamentos filosóficos de los nuevos medios de información*. Loja, Universidad Técnica Particular de Loja. Traducción al español de Porfirio Barroso Asenjo.

⁶³ Antonio Pasquali (1991): *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila.

⁶⁴ Cfr. C. Christians (2000): “An intellectual History of Media Ethics”, en Pattyn, Bart (ed.): *Media Ethics: Opening Social Dialogue*. Lovaina, Peeters, p. 32.

Investigación en la Facultad de Comunicación en dicha universidad, sobre el papel del *ombudsman*. Ahí se hace la original propuesta de que la figura del Defensor del Pueblo se ocupe también de los asuntos relativos a los medios.⁶⁵

Igualmente hay que mencionar la importante labor investigadora en el campo de la ética periodística y la deontología del profesor Gabriel Jaime Pérez, de la Pontificia Universidad Javeriana, en Cali (Colombia).⁶⁶ También es destacable la labor de la Universidad de La Sabana (Bogotá), donde los profesores César Velásquez y Humberto Cadavid han investigado sobre la figura del *ombudsman*.⁶⁷

Una línea de trabajo adoptada por las universidades, a modo de investigación aplicada, son los observatorios de medios, desarrollados sobre todo en Colombia. Así, destacan los casos de la Universidad de La Sabana (Bogotá), de la Universidad Santiago de Cali y de la Universidad de Manizales. En ellos, uno de los temas que se trabajan son la ética periodística de los medios. En el ámbito universitario, destaca el Consultorio Ético de la Universidad Diego Portales (Santiago, Chile), promovido por el profesor Abraham Santibáñez, un periodista y académico que ha participado activamente en los mecanismos autorreguladores tanto del Colegio de Periodistas como en el Consejo de Ética de los Medios. El Consultorio que desarrolla es una interesante iniciativa para promover la reflexión y el debate ético, así como la formación de los periodistas.⁶⁸

Una organización no universitaria, pero de tinte académico, como es la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), tiene un grupo de trabajo con el tema “Ética y Derecho de Comunicación”, que busca alentar la discusión sobre la ética y la comunicación en América Latina por la importancia creciente de los medios y su impacto en la formación de opinión pública. El coordinador del grupo de trabajo es Ernesto Villanueva, de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).⁶⁹

⁶⁵ Aldo Vásquez (2002): *El Defensor del Público. Un ombudsman en materia de comunicación social*. Lima, Universidad San Martín de Porres.

⁶⁶ Gabriel Jaime Pérez: (1986): *Hacia una ética de la comunicación social*, en: *Signo y Pensamiento*, N°. 8, primer semestre de 1986, Facultad de Comunicación social de la Universidad Javeriana de Bogotá, 89-117; (1998): “Hacia un periodismo socialmente responsable”, en *Signo y Pensamiento*, N°. 32, pp. 91-98, en la dirección: <http://www.javeriana.edu.co/signoy/pdf/3207.pdf>, consulta: 21-10-07.

⁶⁷ Cfr. César Velásquez y Humberto Cadavid (2002): “El defensor del público: una figura por descubrir”, en *Palabra-Clave*, No. 6 (julio 2002), Bogotá, Universidad de La Sabana, p. 119.

⁶⁸ <http://www.udp.cl/comunicacion/periodismo/consultorioetica/temas/autorregulacion.htm>, consulta: 25-4-08.

⁶⁹ Como consta en su web: <http://www.alaic.net/grupostematicos/gtematicos.htm>, consulta: 16-5-08.

I.2.4. Investigaciones en otros ámbitos no universitarios.

No obstante, lo que está caracterizando la reflexión en torno a la ética periodística y la autorregulación, por su vinculación con la construcción de ciudadanía y consolidación de los procesos democráticos, y que está produciendo frutos importantes, es que la están abordando, más que las universidades, diversas organizaciones de la sociedad civil nacionales o regionales. Destaca el caso peruano, en que una institución que está investigando sobre ética de la comunicación, en relación con la fuerte corriente de la comunicación participativa y ciudadana y su estrecha relación con la construcción de una democracia participativa, es la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, vinculada a la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y a la investigadora Rosa María Alfaro. Son destacables sus foros, sondeos de opinión, monitoreos de medios y campañas para mejorar el contenido de los mismos, cuyos resultados son publicados y alimentan la discusión sobre el papel de la comunicación en la democracia y sobre la autorregulación de los medios.⁷⁰ Destacan entre esas publicaciones la memoria de la campaña para conseguir de modo participativo la Ley de Radio y Televisión, aprobada en el 2004, para el que la Veeduría logró más de cien mil firmas; diversos monitoreos de contenido de la televisión o el seminario internacional “Comunicación y Política en una democracia ética por construir”, organizado en 2004 en conjunto con el Consejo Británico.⁷¹

En Chile hay que destacar la labor reciente del Observatorio de Medios Fucatel, que en 2005 publicó el estudio “La autorregulación del periodismo: Manual de ética periodística comparada”, realizada por el periodista y docente Camilo Taufic. El estudio hace un análisis de los principios editoriales de diez grandes diarios del mundo, entre los que están tres diarios latinoamericanos, ninguno perteneciente a la región andina.⁷²

En Colombia está la Friedrich Ebert Stiftung (FESCOL), que desde 2004 tiene el Centro de Competencia en Comunicaciones en América Latina, y que desde hace más tiempo promueve seminarios y publicaciones sobre ética y autorregulación de los medios.⁷³ Otras instituciones que, aunque no realizan investigación formal, sí promueven la reflexión

⁷⁰ ACS Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.

⁷¹ Todo ello disponible en la web de la Veeduría: <http://www.veeduria.org.pe/public.htm>, consulta: 1-1-08.

⁷² <http://www.observatoriofucatel.cl/files/investigaciones/Camilo+Taufic.pdf>, consulta: 15-5-08.

⁷³ Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación.

ética y su estudio es la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), de Gabriel García Márquez, que tiene un Consultorio Ético permanente, dirigido por Javier Darío Restrepo, que hace una labor de pedagogía y estudio de la ética muy valorado y utilizado por periodistas, profesores y estudiantes.⁷⁴ Restrepo es, además, un denodado investigador y autor de libros, artículos y ensayos de ética periodística, especialmente dirigidas a Latinoamérica.⁷⁵

No cabe duda de que estos organismos están contribuyendo de modo importante a la reflexión ética y nutriendo con sus estudios y monitoreos algunas investigaciones académicas —la nuestra, sin ir más lejos—. No obstante, lo que se puede apreciar en la región andina y latinoamericana es que predominan instituciones surgidas para la defensa de la libertad de expresión y el acceso a la información, con especial atención a las políticas y normativas de los Estados que puedan atentar contra ello, y para la protección de los periodistas en zonas conflictivas, como ocurre en Colombia. Así, tenemos: El Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) en Perú; la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) y la Fundación Medios para la Paz, en Colombia; Fundamedios, en Ecuador; el Observatorio Global de Medios Capítulo Venezuela, que se está convirtiendo en un punto de referencia y de consulta clave para los investigadores en temas informativos.

I.2.5. Investigaciones sobre enseñanza de la ética periodística.

En cuanto a la enseñanza de la ética, hay que volver a mencionar al Hastings Center of Applied Ethics, de New York, como punto de referencia internacional y, en especial, los numerosos estudios de los Profesores Clifford Christians y Catherine Covert, como la obra *Teaching Ethics in Journalism Education*.⁷⁶ No obstante, hay una abundante bibliografía en inglés al respecto, tanto de Clifford Christians como de otros estudiosos.⁷⁷

Asimismo, constituye un estudio muy completo y exhaustivo de los contenidos y metodología utilizadas en todas las Escuelas de Periodismo del Estado de California la investigación llevada a cabo por Porfirio Barroso en 2003 sobre “La enseñanza de la ética

⁷⁴ Cfr. <http://www.fnpi.org/consultorio/informe1.asp>, consulta: 21-4-08.

⁷⁵ Javier Darío Restrepo (1998): “Ética y técnica, como el zumbido y el moscardón”, en *Chasqui*, N°. 63, sept. 1998, Quito, CIESPAL.

⁷⁶ Clifford Christians y Catherine L. Covert (1980): *Teaching Ethics in Journalism Education*. The Teaching of Ethics III. Hastings-on-Hudson, N.Y., The Hastings Center.

⁷⁷ Edmund Lambeth; Clifford Christians y K. Cole (1994): “Role of the Media Ethics Course in the Education of Journalists”. *Journalism Educator*. Vol. 49, N° 3, pp. 20-26.

de los medios de comunicación en las Universidades de California (EEUU)”,⁷⁸ investigación que es un buen modelo a seguir para estudios similares en otros países.

En el ámbito español y europeo ha habido algunas tesis o capítulos de tesis dedicadas al tema. En la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM se desarrolló la tesis: *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea*, de Jesús Díaz del Campo Lozano, defendida en el 2005,⁷⁹ en la que el autor hace un interesante análisis de la situación de la asignatura en los países europeos. También cabe mencionar la tesis de la Profesora Elena Real sobre la formación y la profesionalización de los periodistas españoles, que en uno de los capítulos trata sobre el sentido ético de la profesión y de la enseñanza de la misma, y hace una denodada defensa por la formación ética de los profesionales.⁸⁰ Asimismo, otra tesis del mismo tema, la formación de los periodistas, de José Juan Videla, aborda con un énfasis especial el papel de la ética durante la formación de los estudiantes de periodismo.⁸¹

En el campo de la formación universitaria de los periodistas, la labor de CIESPAL ha sido muy importante para alentar a las escuelas y facultades de Periodismo y Comunicación, que desde 1970 fueron multiplicándose por toda Latinoamérica. En 1963, organizó en Quito el Seminario “Las Escuelas de Periodismo en América Latina”, en el que se hicieron una serie de recomendaciones que marcarían el desarrollo curricular y la orientación de las nacientes escuelas de comunicación; entre las sugerencias se encontraba “incluir cursos ‘humanísticos’”.⁸² En consonancia con ello, la investigadora venezolana Gloria Cuenca afirma que la enseñanza de la ética periodística ha sido analizada en convenciones y seminarios desde los años 70⁸³ y un tema de preocupación permanente en Venezuela.

⁷⁸ Cfr. Investigación realizada en 2003 con ayuda de Becas Complutense-Del Amo. Informe-Memoria, 2003, inédito.

⁷⁹ Jesús Díaz del Campo Lozano (2004): *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita.

⁸⁰ Elena Real Rodríguez (2003): *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t27334.PDF>, consulta: 1-4-08.

⁸¹ José Juan Videla Rodríguez (2002): *La formación de los periodistas en España: perspectiva histórica y propuestas de futuro* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t25979.pdf>, consulta: 1-4-08.

⁸² Cfr. Raúl Fuentes (1989): “El estudio de la comunicación en las universidades latinoamericanas”, en *Telos*, N.º. 19 (sept-nov 1989), Madrid, p. 157.

⁸³ Cfr. Gloria Cuenca (1996): “La Enseñanza de la Ética Profesional en las Escuelas de Comunicación Social en Venezuela”, ponencia presentada en el congreso latinoamericano de Enseñanza de la comunicación y el periodismo”, Buenos Aires, 1996, inédita.

Desde su creación en 1981, ha jugado un papel articulador importante la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), que en sus Estatutos menciona como objetivo promover la formación profesional en “los aspectos científicos, tecnológicos y éticos”.⁸⁴ A lo largo de los 80’s realizó un diagnóstico de la formación de comunicadores así como numerosos encuentros continentales, sobre todo acerca del desarrollo curricular de la formación, a raíz de lo cual, según el investigador Raúl Fuentes, se podían avizorar a finales de esa década varios retos. La mayoría tenían que ver con dotar de verdadero carácter universitario y científico a la formación periodística así como a promover la relación de las escuelas con el entorno, atendiendo sobre todo las necesidades comunicacionales más apremiantes. Nada se expresaba específicamente o como línea prioritaria acerca de la formación ética de los futuros comunicadores.⁸⁵

Igualmente, en un interesante estudio realizado por FELAFACS en 2005 sobre la acreditación de la calidad de las escuelas de comunicación de América Latina, se refleja la preocupación actual en las carreras de comunicación latinoamericanas de acreditar la calidad, de acuerdo al contexto académico internacional, y de equilibrar en los currículos de comunicación lo instruccional, con lo teórico y lo investigativo, y la articulación con el entorno. Aunque en los aspectos curriculares se menciona la necesidad de formar a los estudiantes en la responsabilidad social y en la capacidad de discernimiento ético, no se contempla lo ético como ámbito estratégico ni como una prioridad en la investigación en comunicación.⁸⁶

Así como pasaba en el ámbito de la autorregulación, los estudios hechos a nivel latinoamericano son muy escasos. Destaca la obra de José Baldivia Urdinica, en la que hace un recorrido histórico por la evolución de los estudios de periodismo en México, Chile y Costa Rica.⁸⁷ En Perú cabe mencionar la obra de la profesora Marisa Aguirre, de la Universidad de Piura (Perú), en su libro *El deber de formación en el informador*,⁸⁸ en el que afirma la importancia de la formación para garantizar el derecho a la información así como el lugar crucial del criterio, la libertad y la responsabilidad en la formación de la

⁸⁴ FELAFACS (1981): *Estatutos*. Bogotá, en R. Fuentes, op. cit.

⁸⁵ Op. cit., p. 159.

⁸⁶ Álvaro Rojas y Luis F. Ronderos (2005): *Excelencia académica y acreditación en las escuelas de comunicación de América Latina*. Cali, FELAFACS, pp- 55-56.

⁸⁷ José Baldivia Urdinica (1981): *La formación de los periodistas en América Latina (México, Chile y Costa Rica)*. México, Nueva Imagen.

⁸⁸ Marisa Aguirre (1988): *El deber de formación en el informador*. Pamplona, Eunsa. Reseña de Gabriel Galdón en <http://www.unav.es/cys/i1/rese.pdf>, consulta 24-5-08.

personalidad del periodista. De la misma universidad, la profesora Rosa Zeta también se ha preocupado por la formación general y ética de los comunicadores.⁸⁹

En 1992 la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social publicó el trabajo *Teaching Communication Ethics: Problems of Curricula*,⁹⁰ en la que Raúl Fuentes Navarro incluye el ensayo “*Latin American communication schools: older and newer ethical challenges for curricula*” sobre el estado actual de la enseñanza de la Ética Periodística en las Facultades de Comunicación Latinoamericanas.

De esa misma época, en 1990, es el Seminario Nacional de Ética, celebrado en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, organizado por la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación (AFACOM) y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Las memorias de dicho evento tuvieron el título de “La responsabilidad del comunicador social frente a la realidad del país”.⁹¹

Asimismo, existen algunos ensayos y obras dedicadas al tema como la de los profesores colombianos Juan José García Posada y G. Lotero Orozco, de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín).⁹² y de la venezolana Gloria Cuenca Herrera (Caracas), con la obra sobre enseñanza del periodismo ya mencionada, de 1988.

En 1998 hay que destacar la tesis doctoral de M^a. del Mar López Talavera *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina*, defendida en la Universidad Complutense de Madrid en 1999, en la cual dedica un capítulo a describir el panorama de la enseñanza de la ética periodística en las universidades latinoamericanas.⁹³ Dado el amplio ámbito de la tesis, pues abarca toda Latinoamérica, y el interés más específico de la autora por la realidad mexicana, el estudio hecho es bastante general, aunque aporta pistas muy valiosas así como bibliografía sobre el estado de la cuestión en la región.

No obstante, como investigaciones específicas sobre el tema de la enseñanza de la ética

⁸⁹ Rosa Zeta (2002): “Nuevos desafíos y desafíos de siempre en la formación de comunicadores”, ponencia presentada en el Encuentro de Facultades de Comunicación de la Región Andina, Colombia, 31 oct-2 nov 2001, en la revista PCLA, vol. 3, N^o. 4 (jul-sep 2002). Disponible en: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista12/documentos%2012-2.htm>.

⁹⁰ IAMCR/AIERI Professional Education Section (1992): *Teaching Communication Ethics: Problems of Curricula*. Sao Paulo, AIERI.

⁹¹ AFACOM/FELAFACS (1990): “La responsabilidad del comunicador social frente a la realidad del país”. Memorias del Seminario Nacional de Ética. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

⁹² Juan José García Posada y Gildardo Lotero (1990): “La formación ética del periodista universitario”, en *Comunicación U.P.B.*, N^o. 13, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, pp. 93-98.

⁹³ M^a. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita.

periodística solo conocemos la realizada por el profesor chileno Fernando Gutiérrez, de la Universidad Católica Santísima Concepción (Concepción). Dicho investigador desarrolló un interesante estudio, para obtener la suficiencia investigadora en el marco de su doctorado en la Universidad Complutense de Madrid, con el título: "Chile y su diversa formación ético-profesional en las Escuelas de Periodismo: Una mirada a los planes de estudio de ética en la formación curricular de informadores", realizada en el período 2003-2004.⁹⁴ El trabajo consistió en analizar las mallas curriculares de nueve universidades seleccionadas entre 36, para averiguar el grado de importancia de la formación ético-deontológica en los planes de estudio, así como las diferencias o semejanzas que existen entre los programas de las distintas universidades. Hay que comentar, no obstante, el cambio curricular acaecido en los años transcurridos desde dicho estudio, que ha transformado el panorama sobre la materia de ética periodística en Chile, donde dicha asignatura está implantada en más del 90% de escuelas de periodismo, y el importante número de encuestas y syllabus que hemos conseguido en la presente investigación.

Complementario a este estudio están los datos que aporta el profesor chileno Eugenio Yáñez Rojas en su obra ya mencionada (Santiago, 2007), donde afirma que de las 36 facultades y escuelas de Periodismo de Chile, un 100% tienen la cátedra de ética periodística en su malla curricular.⁹⁵ No obstante, el mismo autor aporta un dato bastante sintomático, del cual se lamenta, y es el poco interés por parte de los alumnos en realizar sus tesis de grado en temas éticos.⁹⁶

Otra iniciativa destacable, también chilena, fue la del Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED) del Colegio de Periodistas de Chile, que convocó en agosto de 2005 a los profesores de ética periodística del país para analizar diversos aspectos sobre la situación de la docencia de la materia, y en la que se aprobó un documento a favor de la enseñanza universitaria de la ética periodística.⁹⁷

Aparte de estas iniciativas, no conocemos que se hayan hecho investigaciones especializadas sobre el tema de la enseñanza de la ética periodística en los países que conforman nuestro marco geográfico, ni estudios comparados entre los países andinos, lo

⁹⁴ Información proporcionada por el autor el 18-10-07.

⁹⁵ Paradójicamente, en la actualidad el plan de estudios de la Universidad Adolfo Ibáñez, en la que es docente Eugenio Yáñez, es de los pocos que no cuentan con la materia de ética periodística, según la precisa información obtenida de la misma universidad para nuestra investigación.

⁹⁶ Cfr. Eugenio Yáñez (2007): op. cit., p. 32.

⁹⁷ Información y documentación proporcionada por Abraham Santibáñez, miembro del TRINED, por vía electrónica el 13-8-07.

cual está en consonancia con la escasez de investigaciones y publicaciones relativas al análisis de la deontología y la autorregulación existente en la región.

I.2.6. Balance de la situación investigadora.

Una primera reflexión que surge a la luz de la descripción de los centros de investigación y el recuento de investigadores y trabajos realizados, es la diferencia en número y calidad de las investigaciones, en términos proporcionales, entre la situación norteamericana y europea y la situación de la región andina.⁹⁸ En el campo específico de la ética periodística y el autocontrol, vemos que muchos de los análisis sobre los países andinos se han realizado fuera de ellos y que son escasos los autores e investigadores de estos propios países dedicados a la deontología y la autorregulación, así como al estudio de qué y cómo se enseña la ética periodística en las universidades.

Por otro lado, hay que mencionar que las recopilaciones de códigos éticos de la prensa que se han hecho hasta el momento en los países latinoamericanos no son completas, es decir, recogen solo los códigos vigentes en el momento y algunos de los no vigentes, y en algunos casos adolecen de imprecisiones al no citar las fuentes o los años de los documentos. Además de ello, dichas recopilaciones no suelen hacer análisis de la evolución de la deontología en dichos países ni análisis comparados. Es por ello que nuestra investigación quiere llenar este vacío, aunque en el ámbito específico de la región andina.

Prueba de que los temas éticos son muy poco tratados todavía en Latinoamérica fue constatar que en la sección “Selecciones de Infoamérica”, en el que el documentado portal Infoamérica⁹⁹ recoge periódicamente los mejores artículos de las revistas de comunicación iberoamericanas, hicimos una consulta de todos los números desde septiembre de 2002 a febrero de 2004 y tan solo encontramos un artículo que se refería a ética periodística.¹⁰⁰ Asimismo, el importante Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona tiene una Red de estudiantes de Doctorado en Comunicación. De los 107 doctorandos en universidades españolas registrados, de los

⁹⁸ Recordemos que nos referimos siempre a los cinco países contemplados en nuestro estudio: Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile.

⁹⁹ www.infoamerica.org.

¹⁰⁰ El artículo de Gerardo Albarrán (2003): “Contextos jurídico, político y social del defensor del lector”, en Sala de Prensa, N°. 53, Año V, Vol. 2, página web: <http://www.saladeprensa.org/art428.htm>, citado por Selecciones de Infoamérica, N°. 7 (abril 2003): <http://www.infoamerica.org/selecciones/selecciones7.htm>, consulta: 14-05-08.

cuales un 40% procedían de universidades latinoamericanas, no había ninguno interesado en temas de ética y deontología periodística.¹⁰¹

Otro dato significativo es que en la base de datos de tesis doctorales europeas sobre América Latina del Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología (antes CINDOC), perteneciente al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), solo hemos encontrado una tesis relativa directamente a la ética periodística en la región, que es la de M^a. del Mar López Talavera, ya mencionada.¹⁰² Igualmente, en la búsqueda realizada en la base de datos TDR, Tesis doctorales en red de las universidades de Cataluña, no se encontró ninguna tesis específicamente sobre ética periodística o sobre autocontrol.¹⁰³

¹⁰¹ Página web del Portal de la Comunicación <http://www.portalcomunicacion.com/esp/comunidad.asp>, consulta: 16-5-08.

¹⁰² Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas: [http://pci204.cindoc.csic.es/cgi-bin/wwwi32.exe/\[in=cindoc/tesis.in\]](http://pci204.cindoc.csic.es/cgi-bin/wwwi32.exe/[in=cindoc/tesis.in]), consulta: 16-5-08.

¹⁰³ <http://www.tdcat.cesca.es/>, consulta: 16-5-08.

I.3. HIPÓTESIS.

Hipótesis general o principal:

Verificar si la evolución histórica experimentada por el concepto de libertad de expresión de la prensa hacia el concepto de responsabilidad y de derecho a la información está presente en las formas de autocontrol y en la enseñanza de la ética periodística de cinco países andinos (Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile).

Hipótesis particulares o secundarias:

1. Constatar si los códigos deontológicos y la enseñanza de la ética periodística en la región andina desempeñan un papel importante en la promoción de la idea de responsabilidad y del derecho a la información, y del equilibrio entre libertad y responsabilidad que conlleva, como acción necesaria para que mejore la práctica periodística.
2. Verificar si la presencia del enfoque de la responsabilidad y derecho a la información se materializa, además de en la deontología, en la diversificación de mecanismos de autocontrol y de otras formas de asegurar la responsabilidad de la prensa.
3. Constatar si el desarrollo deontológico y la implementación de otras formas de autocontrol en la región andina se relacionan con la necesidad de espacios de debate público y de ejercicio democrático, por la participación e interacción con la audiencia que promueven.
4. Verificar si hay una interrelación y refuerzo mutuo entre los distintos mecanismos de autocontrol, así como entre ellos y la enseñanza de la ética periodística, como proceso a largo plazo de formación de periodistas que puede garantizar la eficacia de la autorregulación.
5. Verificar si en el desarrollo de los mecanismos de autorregulación y en la importancia conferida a la enseñanza de la ética se dan procesos equiparables entre países con contextos similares, que permita inferir una constante en el enfoque de la ética periodística de la región.

I.4. OBJETIVOS.

General:

1. Constatar la importante labor de los mecanismos de autocontrol y de la enseñanza de la ética en la promoción del derecho a la información y de una libertad responsable en los periodistas, como paso necesario para mejorar la práctica periodística, y su pertinencia en el marco de las democracias andinas de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile.

Específicos:

1. Demostrar, a raíz de un análisis histórico y comparado, que en los códigos éticos de cinco países andinos ha crecido progresivamente el sentido de responsabilidad y autocontrol de la prensa, basado en el derecho universal a la información, y que la deontología periodística juega un importante papel autorregulador y de promoción de la conciencia ética de los periodistas.
2. Constatar que la enseñanza universitaria de la ética periodística en la región andina, desde el enfoque del derecho a la información y la libertad responsable, es un mecanismo complementario de autocontrol en la medida en que lo promueve y lo fortalece.
3. Entender que los distintos mecanismos de autocontrol se complementan y necesitan mutuamente para su funcionamiento, y que éstos requieren el apoyo de la enseñanza de la ética, como espacio idóneo para formar periodistas conscientes del autocontrol como pleno ejercicio de la libertad.
4. Evidenciar que el creciente autocontrol de los países andinos se relaciona con los procesos de estabilidad o consolidación democrática en que éstos se encuentran, en la medida en que crea espacios para la participación ciudadana y contribuye a formar una opinión pública más crítica y consciente de sus derechos.
5. Realizar un estudio pormenorizado de la deontología de los países andinos y de las nuevas formas de autorregulación surgidas a fines del siglo XX para nutrir e incentivar futuras investigaciones, en otros países o comparadas, sobre la vinculación de dichos mecanismos con la mejora de la práctica periodística y con el desarrollo democrático.
6. Realizar un análisis exhaustivo sobre la enseñanza de la ética periodística en las universidades de la región andina para demostrar su pertinencia como mecanismo alternativo de autocontrol y promover futuras investigaciones que contribuyan a fortalecerla y extenderla a otras regiones latinoamericanas.

I.5. FUENTES Y METODOLOGÍA.

I.5.1. Fuentes primarias.

Como en todo estudio de Deontología, las fuentes primarias son los códigos éticos de los países seleccionados para el estudio. En nuestro caso, hemos hecho una colección completa de los códigos éticos del periodismo, de ámbito nacional, de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, recogidos en el Apéndice Documental de esta tesis, que recopila en total veinte códigos éticos entre los cinco países.

I.5.2. Fuentes secundarias.

Para la ingente revisión bibliográfica que ha requerido esta tesis, en cuanto a la búsqueda, clasificación, lectura y estudio de libros y artículos de revistas, la revisión de tesis doctorales, así como la localización y obtención de los códigos deontológicos y la detección y consulta de la información académica de las universidades estudiadas, se ha acudido a diversas bibliotecas, físicas y en línea, centros de investigación, bases de datos en línea, portales especializados, web de universidades, así como a entrevistas, personales o virtuales, con destacados expertos en la materia. Todo ello lo detallamos a continuación.

I.5.2.1. Bibliotecas y Centros de Documentación consultados.

- Biblioteca Nacional de España.
- Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
- Biblioteca de la Facultad de Historia de la Universidad Complutense de Madrid.
- Biblioteca de la Facultad de Filología de la Universidad Complutense de Madrid.
- Biblioteca de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador).
- Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.
- Biblioteca de la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador).
- Biblioteca de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales en Quito (FLACSO-Ecuador).
- Biblioteca de la Universidad Andina Simón Bolívar (Quito, Ecuador).

- Centro de Documentación del Centro Internacional de Estudios de la Comunicación para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito (Ecuador).
- Centro de Documentación de la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC), con sede en Quito.

I.5.2.2. Bases de Datos.

- Ariadna: catálogo automatizado de la Biblioteca Nacional de España.
- Catálogo CISNE de la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid.
- COMPLUDOC: base de datos multidisciplinar de artículos de revistas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Base de datos de tesis doctorales de la Universidad Complutense de Madrid.
- TESEO: catálogo de tesis doctorales leídas en las universidades españolas desde 1976 creado por el Ministerio de Educación y Cultura.
- REDIAL: base de datos de tesis doctorales sobre América Latina leídas en universidades europeas, creada por la Red Europea de Información y Documentación sobre América Latina. Alojada en la página del Instituto de Estudios Documentales sobre Ciencia y Tecnología, del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- TDR: Tesis doctorales en red de las universidades de Cataluña.
- COMSO: nueva base de datos documental especializada en comunicación y periodismo de CIESPAL.
- CDCC: base de datos documental especializada en comunicación y periodismo de CIESPAL.
- *Blackwell Synergy*: Base de datos que engloba numerosas revistas científicas de todo el mundo.
- Ágora-bit: base de datos de la Fundación Centro Gumilla, Centro de Investigación y Acción Social de la Compañía de Jesús en Venezuela.
- Recom: portal venezolano de base de datos sobre la Comunicación Social y la Cultura, del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas, Venezuela). Contiene monografías y publicaciones seriadas venezolanas, tesis de grado y trabajos de ascenso de profesores e investigadores.

- Catálogo en línea de la Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- ALEPH 500, catálogo en línea de la Biblioteca de la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador).
- Catálogo en línea de la Biblioteca de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

I.5.2.3. Portales científicos especializados, revistas electrónicas y recursos en línea.

- E-periodistas: Portal de la Universidad de Navarra (España), que es una guía de recursos de Internet para profesionales y académicos. Incluye un directorio compilado y elaborado por Ramón Salaverría, profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, y contiene la revista *Comunicación y Sociedad*.
- Infoamérica: Portal de la Cátedra UNESCO de la Universidad de Málaga (España) que ofrece un amplio repertorio de artículos de pensadores, textos, revistas académicas y entrevistas y conferencias audiovisuales, sobre la comunicación y los medios para profesionales e investigadores. Incluye un directorio de las Facultades y escuelas de Comunicación Social y Periodismo de toda Iberoamérica.¹⁰⁴
- Portal de la Comunicación: Portal de la Universidad Autónoma de Barcelona, con una completa gama de recursos en línea para investigadores y un buscador en las revistas especializadas más importantes.
- ALAIC: Portal de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, que recoge la información de los grupos de investigación y el directorio de investigadores.
- Latina: Revista Latina de Comunicación Social, de la Universidad de La Laguna (Tenerife-Canarias, España) que recoge información amplia de investigaciones y tesis doctorales y tiene un buscador de artículos en varias revistas especializadas.
- Redalyc: Portal que contiene un buscador de artículos en revistas especializadas en comunicación.

¹⁰⁴ Los datos que aportaba de las universidades de los países de nuestro estudio estaban incompletos, por lo que solo lo pudimos utilizar como complemento.

- *Sala de Prensa*: revista electrónica dirigida por el mexicano Gerardo Albarrán, especializada en comunicación con importantes artículos y ensayos en todas las áreas de la comunicación.
- Pressnet: Portal con una gama completa de recursos para periodistas e investigadores. En especial, contiene una colección de códigos éticos del todo el mundo, muchos de ellos tomados de www.ijnet.com
- Ijnet: Portal del *International Center for Journalists* (ICJ), que tiene una completa colección de códigos éticos de todo el mundo.
- FELAP: Portal de la Federación Latinoamericana de Periodistas.
- SIP: Portal de la Sociedad Interamericana de Prensa, que recoge la deontología y legislación del continente, aunque actualmente se encuentra desactualizada.
- CELAP: Portal del Centro Latinoamericano de Periodistas, con sede en Panamá, con origen en el Programa de Periodismo de la Florida International University.
- *Media Accountability Systems* (M*A*S): Portal creado por Claude-Jean Bertrand en 2002 con el auspicio de *Press Complaints Commission* (UK), dedicado a promover los sistemas de responsabilidad de los medios. Aloja una importante colección de códigos éticos y consejos de prensa de todo el mundo.
- *Washington News Council*: Página que aloja temporalmente a la Asociación Mundial de Consejos de Prensa y que contiene un directorio de todos los consejos de prensa del mundo.
- ONO: Portal de la *Organization of News Ombudsman*, que contiene un directorio de los ombudsman asociados a la organización.
- *Observatório da Imprensa*: Portal del Observatorio de la Prensa, asociada a la *Universidade Estadual de Campinas* (Brasil).
- FAIR: Portal de *Fairness & Accuracy in Reporting*, organización norteamericana que promueve la ética y la responsabilidad en los medios.
- AIM: Portal de *Accuracy in Media*, organización norteamericana de la sociedad civil que promueve la vigilancia de la labor de los medios.
- Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano: Portal que incluye el Consultorio Ético de Javier Darío Restrepo.

- FELAFACS: Portal de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social que contiene en línea su importante revista Diálogos de Comunicación, editada en Lima.
- AFACOM: Portal de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social que contiene, entre otros recursos, un completo directorio de las Facultades y Escuelas de Comunicación Social-Periodismo de Colombia.
- ASEPECS: web de la Asociación de Escuelas de Periodismo y Comunicación Social de Chile.
- ICEI: Portal del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile con su Centro de Investigaciones de la Comunicación.
- FUCATEL: Portal del Observatorio Fucatel, de Chile, con importantes investigaciones y documentos en línea.
- Instituto Prensa y Sociedad: Portal del IPYS, de Perú, que contiene artículos e información relevante sobre el periodismo en la región latinoamericana.
- Portal de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (Perú), con artículos, documentos e información relevante sobre las actividades e investigaciones de la organización.
- Consejo de la Prensa Peruana: Portal que recoge toda la actividad del Tribunal de Ética del Consejo, así como importante documentación y el código del CPP.
- Portal de la Corte Interamericana de Derechos Humanos.
- Infocracia: Portal del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas).
- Observatorio de Medios: Portal del Observatorio de Medios de Venezuela.
- Círculo de Periodistas de Bogotá: web del CPB en el que consta interesante información sobre la actividad de la Comisión de Ética del mismo, así como el código de ética, y la versión digital de la revista Gaceta.
- FESCOL: Portal de la *Friedrich Ebert Stiftung* en Colombia, que cuenta con el Centro de Competencia en Comunicaciones en América Latina. Contiene documentación de estudios importantes realizados.
- FLIP: Portal de la Fundación para la Libertad de Prensa, con sede en Bogotá, que contiene valiosos documentos y estudios de investigación sobre el estado de la libertad de prensa y el acceso a la información en Colombia.

- MPP: Portal de Medios para la Paz, organización colombiana que provee de herramientas profesionales a los periodistas para el cubrimiento responsable del conflicto armado y los esfuerzos de paz en Colombia.
- Periodismo ciudadano: Portal de la organización Periodismo ciudadano, con sede en Chile, que contiene un directorio de periódicos ciudadanos en todo el mundo y reflexiones e investigaciones sobre este fenómeno periodístico.
- *Cuadernos de Información*: versión digital de la revista de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- *Signo y Pensamiento*: versión digital de la revista de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá).
- *Palabra-clave*: versión digital de la revista de la Universidad de La Sabana (Bogotá).
- *Razón y Palabra*: revista electrónica especializada en comunicación, del Instituto Tecnológico Superior de Monterrey (México).
- *Chasqui*: versión digital de la revista editada por el Centro Internacional de Estudios de Comunicación para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito.
- *Comunicación*: revista de la Fundación Centro Gumilla, Centro de Investigación y Acción Social de la Compañía de Jesús en Venezuela.
- *Journal of Mass Media Ethics*: revista de la Escuela de Periodismo y Comunicación de la University of Oregon (EEUU).

Aparte de estos recursos en línea, cabe mencionar la consulta de otras revistas especializadas en versión impresa:

- *Revista de Ciencias de la Información*, de la Universidad Complutense de Madrid.
- *European Journal of Communication*, de Sage Publications (Londres, Thousand Oaks y New Delhi).
- *Información Pública*, de la Universidad Santo Tomás (Santiago de Chile).
- *Comunicación Social U.P.B.*, de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín).
- *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*. Revista española editada primero por Fundesco y actualmente por Fundación Telefónica.

Además de todo ello, debemos mencionar la importante fuente de información y documentación que ha significado para esta tesis el archivo personal del Profesor Porfirio

Barroso, cuyas bibliografías de libros y artículos, la mayoría inéditas, en inglés y español, son de lo más completo y actual que hemos encontrado. Igualmente, su biblioteca personal, en inglés y español, tanto de libros y artículos, han resultado un recurso de enorme valor para nuestra investigación.

I.5.2.4. Entrevistas con expertos y con representantes de gremios periodísticos.

Dada la falta de investigaciones y documentación en este campo, a fin de obtener información de primera mano sobre la realidad y eficacia de los mecanismos de autocontrol en los distintos países y de la labor de los gremios periodísticos y de la sociedad civil, fue necesario mantener entrevistas personales y asidua correspondencia con destacados expertos de cada país, que son los siguientes:

Colombia:

- María Teresa Herrán, reconocida periodista y abogada, docente e investigadora en temas de ética periodística y derecho a la información. Fue presidenta del Círculo de Periodistas de Bogotá y de su Comisión de Ética, y Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad Central (Bogotá). Entrevista realizada en Bogotá, el 12 de septiembre de 2007.
- Javier Darío Restrepo, reconocido periodista y experto profesor de talleres de ética periodística en toda Latinoamérica, y director del Consultorio Ético en línea de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano. Entrevista realizada en Loja (Ecuador) el 17 de octubre de 2007.
- Omar Rincón, Director del Centro de Competencia de Comunicación en América Latina, de la *Friedrich Ebert Stiftung* en Colombia. Comunicación electrónica el 24 de abril de 2008.

Perú:

- Rosa María Alfaro. Destacada periodista y académica, parte de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (Lima) y activa investigadora en temas de comunicación así como experta en realizar códigos éticos participativos. Entrevista realizada en Loja (Ecuador) el 17 de octubre de 2007.
- Amador Navarrete Canales, profesor de Ética Periodística de la Universidad San Martín de Porres (Lima). Entrevistas virtuales realizadas entre junio y agosto de 2007.

- Miriam Larco Sicheri, profesora de Ética Profesional en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y Secretaria Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Conversación electrónica mantenida en junio-julio de 2007.
- Rosa Zeta, profesora e investigadora en temas éticos de la Universidad de Piura. Fluida comunicación electrónica mantenida desde mayo 2007 a mayo 2008.
- Aldo Vásquez, Director de Postgrados en la Facultad de Comunicación de la Universidad San Martín de Porres (Lima), autor de varios libros sobre libertad de expresión y autorregulación. Conversación personal mantenida en Madrid el 14 de mayo de 2008.

Venezuela:

- Gloria Cuenca de Herrera, profesora de Ética Periodística de la Universidad Central de Venezuela y connotada investigadora en temas de comunicación y de ética periodística. Se mantuvo una fluida correspondencia desde mayo de 2007 hasta mayo de 2008.
- Max Römer, profesor de Ética Periodística de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas) y presidió el Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación. Se mantuvo una interesante y enriquecedora correspondencia en junio de 2007.
- Andrés Cañizález, Director del Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Comunicación electrónica mantenida en abril de 2008.
- Ronald Nava, Defensor del Lector de *El Nacional* (Caracas). Comunicación electrónica mantenida en abril de 2008.

Chile:

- Mario Urzúa, docente de Ética Periodística de la Universidad Católica de la Santísima Concepción, e investigador en temas de ética. Entrevista mantenida en Bogotá el 11 de septiembre de 2007 y fluida comunicación electrónica entre octubre de 2007 y mayo de 2008.
- Abraham Santibáñez, profesor de Ética Periodística de la Universidad Diego Portales, con quien se mantuvo una fluida comunicación electrónica en junio-julio de 2007. Fue miembro del Tribunal Nacional de Ética y Disciplina del TRINED así como del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social.

Ecuador:

- Diego Araujo, Subdirector del diario HOY (Quito) y ex Defensor del Lector del mismo diario, autor de varios ensayos sobre autorregulación y prestigioso columnista. Comunicación electrónica mantenida en abril de 2008.
- Lucía Lemos Silva, periodista y Decana de la Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Tiene una vasta experiencia docente así como profesional, y un conocimiento profundo de la situación de los gremios periodísticos. Entrevista realizada en Quito el 24 de marzo de 2008.
- César Ricaurte, reconocido periodista, crítico de medios, ex editor de Cultura del diario El Comercio y actualmente presidente de Fundamedios, institución que promueve la investigación en medios y un observatorio. Conversación personal mantenida en Quito el 15 de noviembre de 2007 y electrónicamente durante el mes de abril de 2008.
- René Espín y Sammy de la Torre, Presidente y Vicepresidente, respectivamente, del Colegio de Periodistas de Pichincha. Conversación personal mantenida en Quito, el 27 de marzo de 2008.
- José Camino, Presidente de la Unión Nacional de Periodistas. Conversación personal mantenida el 26 de marzo de 2008 en la sede de la UNP en Quito.
- Marcelo López, Secretario General de la Federación Provincial de Periodistas de Pichincha, miembro de la Confederación Nacional de Periodistas. Conversación personal en Quito el 4 de abril de 2008.

I.5.2. Metodología.

Este trabajo tiene varias partes claramente diferenciadas que ha implicado métodos y técnicas de investigación diversos. Siguiendo la clasificación de tesis de Sierra Bravo, podemos decir que nuestra tesis comparte características de una tesis teórica pero también de una tesis empírica, en cuanto que utiliza el análisis documental y la encuesta, con lo cual estudiamos la realidad mediante el análisis documental y mediante la interrogación a los sujetos sociales en la observación por encuesta.¹⁰⁵ En este sentido, hay que mencionar la recopilación de toda la deontología de la prensa de los cinco países andinos de nuestro

¹⁰⁵ Cfr. Restituto Sierra Bravo (2002): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid, Thomson, pp. 137-138.

estudio, conformada por veinte códigos éticos, y las encuestas y syllabus¹⁰⁶ obtenidos que resumimos en el siguiente gráfico:

Universidades contactadas	Nº de Universidades que respondieron	Nº de Profesores que respondieron	Nº de Syllabus obtenidos
157/160¹⁰⁷ 98%	111/151¹⁰⁸ 74%	120	90/143¹⁰⁹ 63%

Igualmente, según el tipo de fuentes utilizadas, esta investigación es tanto primaria como secundaria.

En primer lugar, tanto en la investigación bibliográfica como en los resúmenes científicos de códigos y syllabus, hemos utilizado el método analítico-sintético y el inductivo-deductivo. En cuanto al primero, que estudia la realidad descomponiéndola en sus elementos para luego unirlos y recomponerlos, obteniendo una visión global, un ejemplo claro lo constituye el análisis que hacemos de códigos y syllabus de cada país, que primero analizamos separadamente, y en sus diversos elementos significativos, y luego hacemos una valoración de conjunto y comparada.

En cuanto a la inferencia inductiva, que procede clasificando sistemáticamente los datos obtenidos por observación para determinar qué regularidades se presentan, ha sido un método que hemos utilizado recurrentemente. En el análisis pormenorizado de cada código ético, así como de cada syllabus, a la luz de unos criterios de interpretación, hemos tenido que ir extrayendo de cada uno de dichos textos los datos relevantes para nuestro estudio, registrándolos en una matriz, para detectar frecuencias y matices con que aparecían los criterios de nuestro enfoque teórico, explicado en el capítulo IV. Posteriormente hemos relacionado todos esos datos, aisladamente por cada código o syllabus, y después entre todos los códigos y syllabus de cada país, deduciendo unas conclusiones. De igual modo se ha procedido con el análisis de los numerosos datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

¹⁰⁶ Término utilizado en las universidades peruanas y de otros países andinos para referirse a los programas académicos o de contenidos de cada asignatura de una carrera. Nosotros usaremos syllabus y programas académicos indistintamente, aunque de preferencia el primer término por su brevedad.

¹⁰⁷ Facultades y Escuelas de Comunicación Social o Periodismo que fueron contactadas y que disponen de la materia de Ética Periodística o su equivalente (de un total de 160 facultades entre los cinco países). Todas ellas fueron contactadas numerosas veces por correo electrónico, por teléfono y personalmente, esto último sobre todo en Ecuador, Perú y Chile.

¹⁰⁸ En el universo que se tuvo en cuenta para la aplicación de la encuesta, se incluyeron aquellas universidades que aunque no tienen la materia en su currículum imparten los contenidos en otras materias y aquellas que disponen de profesor especializado de la materia, pese a no impartirla aún por ser carrera nueva.

¹⁰⁹ En el análisis de los syllabus se excluyen del universo a aquellas universidades que no tienen la materia en su plan de estudios o que todavía no la imparten por ser una carrera de reciente creación.

Igualmente, entendiendo que la inducción es partir de enunciados más cercanos a la experiencia para elevarlos a enunciados o conclusiones más abstractas y generales,¹¹⁰ en el recorrido histórico por el periodismo y mecanismos de autocontrol de cada país, hemos ido describiendo las circunstancias históricas concretas que enmarcaban los códigos y la actividad de los gremios periodísticos, y deduciendo la clara influencia de la coyuntura política en el enfoque de los códigos y en la actitud de los periodistas, así como en la marcada politización de la prensa latinoamericana, por poner un ejemplo.

El capítulo segundo hace un recorrido histórico por la evolución del concepto de libertad de expresión, desde su origen, y en relación con la responsabilidad de la prensa, hasta llegar al concepto de derecho a la información y del autocontrol. Para ello se ha realizado una amplia investigación bibliográfica que ha requerido la utilización de bibliotecas y centros de documentación de España y de los cinco países analizados, así como bases de datos y revistas en línea, portales y buscadores. Hay que mencionar, como ya lo hacemos en otras partes de esta tesis, las dificultades que implica el estudio en este campo de la ética informativa ante la escasa investigación, sistematización y publicación sobre esta disciplina en los países andinos. Sobresale el caso de Ecuador, el menos desarrollado en cuanto a investigación y publicaciones, cuyas bibliotecas universitarias no están preparadas para investigadores de niveles de doctorado. No obstante, estas carencias que sufre toda el área andina, en mayor o menor grado, poco a poco van siendo suplidas por la enorme fuente de conocimientos que brinda Internet a través de bases de datos y portales especializados a través de los cuales se ha tenido acceso a tesis doctorales, libros completos e investigaciones, aparte del contacto fluido con investigadores (as) a través del correo electrónico, que ha sido de mucho apoyo para contrastar fuentes, localizar documentos y obtener información de primera mano no publicada.

En el cuarto capítulo se hace un análisis de los códigos éticos de los cinco países para lo cual se emplea la técnica del resumen científico, que es uno de los tres tipos o niveles de análisis documental: a) de identificación física o formal; b) de localización temática del documento, y c) de explicación o análisis del contenido del documento, que es el que utilizamos en nuestra investigación.¹¹¹ Esta misma técnica la utilizamos también en el capítulo sexto, en el que analizamos los programas de asignatura o syllabus de las

¹¹⁰ Cfr. Restituto Sierra Bravo (2002): *op. cit.*, p. 88.

¹¹¹ Cfr. J. M. Desantes Guanter y José López Yépez (1996): *Teoría y técnica de la investigación científica*. Madrid: Síntesis, p. 170.

universidades de los países estudiados. Destacamos también aquí la larga y exhaustiva búsqueda documental que ha implicado obtener la colección de veinte códigos éticos. Hay que reconocer la imprecisión o falta de fuentes en algunas de las recopilaciones de códigos publicadas, antes mencionadas, y las contradicciones entre éstos y los códigos publicados en algunos portales especializados de Internet y los que nos enviaban los mismos gremios periodísticos y algunos profesores estudiosos del tema. Esto obligó a una búsqueda minuciosa y larga, y a la comunicación con varios estudiosos de los cinco países, para distinguir los documentos válidos de los que eran borradores o versiones no oficiales.

Para hacer resúmenes del contenido de los códigos hay tres formas, según el profesor José Parra¹¹²: a) un resumen acumulativo, consistente en enumerar las normas y principios que aparecen con más frecuencia en los textos; b) un resumen reductivo, muy usado en Estados Unidos, que sintetiza o condensa el contenidos de los códigos en unos pocos principios básicos con sus correspondientes deberes prácticos, pero sin intención de interpretación o sistematización, sino de un simple resumen práctico; y c) un resumen interpretativo, más utilizado en Europa, que descubre e interpreta el sentido de la profesión y de responsabilidad que subyace en los textos. Nosotros vamos a acogernos a este tercer resumen, pues se adecua más a nuestro objetivo de profundizar en el enfoque ético que sustenta los códigos. Igualmente, será la misma técnica que utilizaremos para analizar los syllabus.

Mencionemos también en esta parte metodológica el largo y arduo proceso de recopilación documental, tanto de nuestras fuentes primarias, como son los códigos deontológicos, como de los syllabus. Respecto de éstos, el esfuerzo fue todavía más complejo porque no se partía de ninguna recopilación o documentación previa sino que hubo que obtenerlos de primera mano, es decir, de las Escuelas y Facultades de Periodismo de los cinco países. Tengamos, además, en cuenta, que en los países andinos, como en general en Latinoamérica, todavía no está generalizada la publicación en internet de la información académica de cierto nivel de las instituciones, por lo que salvo algún caso aislado, no se pudo obtener ningún syllabus por esa vía. Eso hizo que la labor fuese muy lenta y paciente, por las numerosas ocasiones en que hubo que enviar correos electrónicos a las mismas personas o tener que contactar a otras, e incluso llamar por teléfono, en un perseverante proceso de más de un año.

¹¹² Cfr. José Parra (2006): Lección 35 de sus Apuntes (inéditos) para la materia Ética y Deontología Profesional, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

En orden a realizar el resumen interpretativo tanto de los códigos como de los syllabus, adaptaremos a nuestro objeto de estudio, el análisis de los códigos deontológicos y los syllabus, el procedimiento de la operativización de variables, modo de análisis formulado inicialmente por Lazarsfeld.¹¹³ Consiste en pasar gradualmente de conceptos o variables más abstractas a conceptos o variables más concretas. Después de representar el concepto principal, que en nuestro caso es el enfoque del equilibrio entre libertad y responsabilidad de la prensa a través del derecho a la información y el autocontrol, lo descompusimos en cinco criterios que serían los aspectos específicos en que se concreta el concepto principal, lo cual detallamos en el capítulo IV. A su vez, estos cinco criterios se descomponen en otros aspectos más específicos, que denominamos subcriterios, que son más observables e identificables en los códigos que los mismos criterios, de carácter más general.

Por último, otra técnica empleada fue la aplicación de una encuesta a los profesores (as) de ética periodística de las Universidades de los países seleccionados (Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile), informantes principales para nuestra investigación. La razón que motivó a realizarla, pese a ser numeroso el universo que implicaba y con el que decidimos trabajar (un total de 157 Facultades y Escuelas de Comunicación Social entre los cinco países) fue la facilidad y rapidez de comunicación que brindan las nuevas tecnologías, y el apoyo ofrecido por algunos investigadores como fueron los profesores Rosa Zeta, de la Universidad de Piura (Perú), Mario Urzúa, de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile), Diana Rivera, de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), y Martha Luz Forero y María Cristina Martínez, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, cuya contribución fue decisiva para la obtención de un buen número de encuestas y syllabus de dichos países.

Como ya lo mencionamos con más detalle en la introducción del capítulo quinto de esta tesis, la encuesta aplicada es un instrumento empleado por el Profesor Porfirio Barroso en una amplia investigación sobre la enseñanza de la ética periodística realizada en todas las universidades del Estado de California (EEUU) en 2003, y fue validado, entre otros

¹¹³ Cfr. Boudon, R. y otros (2002): Metodología de las ciencias sociales. Vol. 1: *Conceptos e índices*. Barcelona, Ed. Laia, citado por Restituto Sierra Bravo (2002): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid, Thomson, p. 87.

departamentos universitarios, por el *Markkula Center for Applied Ethics*, adscrito a Santa Clara University.¹¹⁴

I.6. MARCO CONCEPTUAL: DECLARACIÓN DE TÉRMINOS Y CONCEPTOS.

I.6.1. La dignidad humana como fundamento ético.

Una de las acusaciones contra la Comisión Hutchins¹¹⁵ fue su indefinición frente a los conceptos claves de la ética. Ante la teoría libertaria, que promovía un sentido absoluto de libertad y sospechaba de todo intento de someter a la prensa a deberes y responsabilidades por considerarlos restrictivos de la libertad, la teoría de la responsabilidad social tampoco acertó a distinguir entre libertad y el abuso de ésta pues no ofreció una definición consistente ni de libertad ni de responsabilidad.¹¹⁶

Esta imprecisión y ambigüedad están muy acordes con la forma extrema en que muchos entienden hoy el pluralismo, que lleva en último término a una relativización y a considerar imposible definiciones universalmente válidas de las cosas.¹¹⁷ No es este el enfoque que a nosotros nos interesa, pues niega el carácter racional de la ética y en el fondo huye de todo compromiso práctico de mejora personal y social.¹¹⁸

Puesto que queremos analizar el enfoque que se da a la libertad de expresión y a la responsabilidad de la prensa en los códigos y en la enseñanza de la ética periodística de cinco países andinos tenemos que partir de una idea clara de estos conceptos, pues, de hecho, en todos los códigos subyace una determinada fundamentación ética. Necesitamos un referente respecto al cual contrastar los diversos modos de entender la libertad y la responsabilidad de prensa a lo largo de los códigos de los diversos períodos.

¹¹⁴ Cfr. Porfirio Barroso (2003): Informe-Memoria Becas Complutense del Amo, p. 77.

¹¹⁵ Así se conoce comúnmente a la Comisión sobre Libertad de Prensa conformada en 1947 por un grupo de académicos e intelectuales de Estados Unidos y presidida por Robert M. Hutchins, de la Universidad de Chicago, que elaboraron el documento “Una prensa libre y responsable”, en el que desarrollaron la histórica Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa.

¹¹⁶ Cfr. Edmund Lambeth (1992): *Periodismo comprometido: un código de ética para la profesión*. México D.F.; Limusa, p. 51.

¹¹⁷ Cfr. Carlos Soria (1983): “Nota Preliminar” al libro de Emmanuel Derieux: *Cuestiones ético-jurídicas de la Información*. Pamplona, Eunsa, p. 20.

¹¹⁸ Cfr. José Ángel Agejas (2002): “Ética: realización personal y desarrollo social”, en Agejas, J.A. y Serrano, J.A. (coords.) *Ética de la comunicación y de la información* (2002), Barcelona, Ariel, pp. 17 y 18.

Para el actual pensamiento occidental, heredero de la Ilustración, lo que debe ser el núcleo de toda ética y de toda deontología profesional es la dignidad de la persona. Esto, a su vez, se constituye en el mayor bien incondicional, en aquello que justifica moralmente cualquier deber y cualquier virtud, toda norma y todo acto.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, así como todos los documentos inspirados en ella, como los códigos deontológicos que nos ocupan, parten de esta idea kantiana de la dignidad de la persona como fin en sí misma, dotada de un valor absoluto incondicional, lo cual sabemos que Kant sustentaba en una visión cristiana del hombre como imagen y semejanza de Dios, fundamento último de su dignidad.¹¹⁹

Esta concepción de la persona, junto con la idea de hombre como fin en sí mismo,¹²⁰ tiene implicaciones muy concretas para la ética y la deontología de la información.

Por una parte, la dignidad de la persona como sumo bien está de tal manera presente en los códigos que sin ella carecerían de justificación la mayoría de normas morales deontológicas del periodismo. Además, el periodismo de por sí y los procesos que implica (investigación, difusión y recepción), son realizados por personas, involucrando a personas y al respecto de personas. Por tanto, la calidad moral de un medio de comunicación y de cada acto profesional se podrá valorar por la medida en que trate a la persona como fin y nunca como medio.

I.6.2. Ética Profesional.

La ética es mucho más que la ciencia que estudia los actos, hábitos o costumbres correctos y adecuados a la naturaleza humana. Es la ciencia que estudia el carácter o personalidad moral que el hombre ha de apropiarse necesariamente como un quehacer, una tarea obligada por su condición de persona moral y libre.¹²¹ En este sentido, carácter moral no es solo el resultado de la ejecución de una serie de actos reiterados -que a su vez

¹¹⁹ Cfr. Enrique Bonete Perales (1995): "De la ética filosófica a la deontología periodística", en AAVV: *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid, Tecnos, 1995, pp. 27 y ss.

¹²⁰ La tercera formulación del imperativo categórico es, para Bonete, la que tiene mayor fuerza moralizadora y fundamentadora pues le da una sólida base antropológica a los códigos deontológicos. La calidad moral de un medio de comunicación se podrá evaluar en la medida en que se trate a la persona como fin y nunca como medio.

¹²¹ Cfr. J.L. Aranguren (1958): *Ética*. Madrid, Alianza, pp. 47 y ss. o 140 y ss.

generan hábitos- sino que se convierte en la fuente personal de donde emana nuestra singular manera de obrar.¹²²

Por otro lado, una profesión no es un mero dominio de actividades técnicas o la adquisición de determinadas destrezas, sino que es una especial manera de ser, una manera moral de ser profesional.

Así pues, la ética profesional es la manera moral de ser profesional en un determinado oficio; en nuestro caso, es el carácter y la personalidad con la que se debe ejercer el periodismo. Desde esta óptica, la deontología y los códigos éticos más que ser un compendio de deberes y normas, deberán explicitar esta manera moral de ser periodista, aunque esto no sea incompatible con la existencia de criterios y normas de obligado cumplimiento, sino que, antes bien, los exija.

Siguiendo igualmente a Bonete Perales, por la proliferación de códigos de conducta a partir de los años 90, se ha enfatizado mucho la importancia de la dimensión deontológica y normativa de la moral dejando un poco de lado las otras dos dimensiones: la praxeológica, que define las virtudes propias del periodista, y la dimensión axiológica, con los valores o el contenido del bien al que debe aspirar el profesional y que fundamentan toda norma. Y, al fin y al cabo, estas dos últimas dimensiones son las que sustentan el aparato normativo de los códigos, pues le proporcionan una determinada teoría justificadora y unos principios éticos generales que le sirven de base.

En realidad, se da una verdadera complementariedad entre estas tres dimensiones, al igual que entre la ética –o moral pensada- y las diversas morales sociales y deontologías –o moral vivida-, pues las normas que proponen los códigos deontológicos se justifican en la medida en que diseñen una manera específica de ser profesional, es decir, presuponen necesariamente una teoría ética que fundamente esos deberes.¹²³

I.6.3. Libertad.

Aranguren, hablando de la moral como estructura, afirma que somos constitutivamente libres y, por tanto, morales, porque tenemos que estar ajustando constantemente nuestros actos a la realidad. Nuestras acciones no es que puedan tener justificación, deben tenerla para ser realmente humanas, y para ello siempre entran en juego la posibilidad y la

¹²² Cfr. Enrique Bonete Perales (1995): “De la ética filosófica a la deontología periodística” en E. Bonete (coord.) y AAVV (1995): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos, p. 19.

¹²³ Cfr. E. Bonete (1995), op. cit., pp. 21 y 22.

libertad.¹²⁴ Además, los actos humanos quedan justificados cuando el hombre, entre todas las posibilidades, elige la realidad buena.

La libertad, por tanto, no hay que entenderla en sentido negativo como ausencia de obstáculos y limitaciones, ni como posibilidad de elegir cualquier cosa. Si así fuera, la libertad sería más una esclavitud, como expresa Nikolai Berdiaev:

*Si todo está permitido al hombre, entonces la libertad se transforma en la esclavitud de uno mismo.*¹²⁵

Debemos entender la libertad de modo positivo como “libertad para” hacer el bien, para ir construyendo una vida auténticamente humana. En este sentido, Victoria Camps¹²⁶ sostiene que la libertad no es ausencia de normas, sino la autonomía del individuo para crear sus propias normas, es decir, para ajustarse a una manera ética de vivir, pues el acto auténticamente humano y libre es el que se ajusta a la norma ética.¹²⁷

Por tanto, no somos libres para hacer lo que se nos antoje, sino lo que debemos hacer, de modo que la libertad acrecienta nuestra responsabilidad.¹²⁸ En realidad, nuestra libertad está dirigida al pleno desarrollo de nuestra humanidad, pues es la “responsabilidad del hombre de ser verdaderamente él mismo”.¹²⁹

A su vez, José Ángel Agejas entiende la libertad no sólo como capacidad de elegir, como libertad de autodeterminación, sino como una conquista y un logro del que no nos podemos sustraer. El libre albedrío es sólo el punto de partida y condición previa, pero no es toda la libertad; ésta es libertad de perfección, logro constante del sujeto, por lo cual más que un derecho es un deber. De este modo, la libertad se construye con las acciones que perfeccionan al sujeto.¹³⁰

Si ser libres es ser lo que humanamente debemos ser, las normas y criterios de conducta que nos demos a nosotros mismos tendrán que ser auténticamente humanas, es decir, deben brotar de nuestra especial dignidad personal. A este respecto, lo que mueva al ser humano no puede ser el dinero o puros intereses materiales porque entonces se difuminan la

¹²⁴ En *Ética* (1975), p. 47 y ss.

¹²⁵ En N. Berdiaev (1946): *Essai de métaphysique eschatologique*, Paris, citado por Brajnovic (1978), *Deontología Periodística*, Pamplona, Eunsa, p. 120.

¹²⁶ Cfr. Victoria Camps (1995), “El lugar de la ética en los medios de comunicación”, en Enrique Bonete y AAVV (1995): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid, Tecnos, 1995., p. 53.

¹²⁷ Cfr. J.L. Aranguren (1975), op. cit., p. 49.

¹²⁸ Cfr. Victoria Camps (1995), “El lugar de la ética en los medios de comunicación”, en Enrique Bonete y AAVV (1995), op.cit., p. 64.

¹²⁹ Luka Brajnovic (1978), op. cit., p. 119.

¹³⁰ Cfr. J.A. Agejas (2002), op. cit., pp. 28-30.

responsabilidad y la autonomía éticas.¹³¹ Igual que la ganancia acompaña al quehacer periodístico, pero no sustituye su objetivo primordial de servicio público, el dinero u otros intereses similares no pueden ser el fin del hombre, pues no es esto lo que le realiza ni le puede llevar a la plenitud.

A este respecto, Stuart Mill insistía en que la libertad es más que la capacidad de escoger sin restricciones, es saber defenderse de las tiranías sociales tales como la económica, la de la opinión, la de las modas, el éxito fácil; en distanciarse de ellas está el genio del individuo.¹³² La grandeza de la persona no reside en ninguna de esas cosas sino en el valor innegociable de su dignidad, a la cual tenemos que estar ajustando nuestros actos, medios y fines. Tratar siempre a la persona como fin y nunca como medio debe ser, por tanto, el criterio para nuestros juicios morales y el contenido de nuestra libertad.

Esta medida o límites positivos que permiten la realización de la auténtica libertad se concreta en la práctica de una serie de virtudes acordes a la dignidad humana como son, en el marco de la profesión periodística, la verdad, la justicia y la responsabilidad personal.¹³³ Y decimos que son límites positivos porque son interiores y profundos, no exteriores ni impuestos al hombre. Son las condiciones que la misma naturaleza del hombre exige para que la libertad de la persona y de la sociedad se realice plenamente. Esto mismo, con otras palabras, expresaba Stuart Mill en su obra citada al afirmar que nuestra libertad está limitada por la exigencia de usarla para el bien y por el límite de la libertad y dignidad de los demás.

Así pues, la concepción de libertad como la realización libre de lo que debemos ser nos ha conducido a la necesidad de especificar un *ethos*, un modo de ser o carácter moral, plenamente humano. Adela Cortina afirma que es posible llegar a un *ethos* universalizable y a definir los rasgos de una persona con vocación humana, que serían autorrenuncia, reconocimiento, compromiso moral y esperanza.¹³⁴

¹³¹ Cfr. V. Camps (1995), op. cit., p. 53.

¹³² Cfr. John Stuart Mill (1988), *Sobre la libertad*, 6ª. ed., Alianza, Madrid, citado por Camps, op. cit., p. 64.

¹³³ Cfr. Brajnovic (1978), op. cit., pp. 120-121.

¹³⁴ Cfr. Adela Cortina (1999), *Ética sin moral*, Madrid, Tecnos, (4ª. ed.), pp. 237-238.

I.6.4. Responsabilidad.

Partiendo de la realidad constitutivamente libre y, por tanto, moral del ser humano, podemos afirmar que libertad y responsabilidad son una misma cosa.¹³⁵ Somos responsables, en primer lugar, porque somos dueños de nuestros actos, los hemos elegido: “uno se siente responsable no porque haya hecho algo contrario a lo esperado, sino porque necesariamente tiene que actuar en algún sentido”.¹³⁶ En este sentido formal de responsabilidad, ésta es la obligación moral que contraemos con nosotros mismos y los demás por el hecho de haber elegido una acción o un pensamiento.¹³⁷ De este modo, podríamos considerar la responsabilidad como la prolongación de la libertad.

En segundo lugar, la libertad es responsable porque siempre es para el bien, para la persona y dentro del horizonte del bien común.¹³⁸ El bien, que es la dignidad de la persona, representa el límite y condición de posibilidad de nuestra libertad, porque ninguna libertad ni derecho constituyen un valor absoluto o un fin en sí mismos sino que están ordenados a la búsqueda de la verdad y del bien común.

En tercer lugar, la libertad es responsable debido a nuestro carácter social y comunitario, es decir, no solo porque tenemos que escoger entre varias opciones sino porque “esa elección afecta a más de una vida (...) estamos obligados a dar cuenta ante los otros de lo que hacemos, a título personal o plural”.¹³⁹

Esto nos remite a una concepción social y comunitaria de la libertad y de los derechos y a rechazar una visión individualista o corporativista. La libertad siempre comporta un deber y una responsabilidad porque, debido a la dignidad del ser humano, los derechos de los demás son mis deberes y los deberes de los demás son mis derechos. Si unos derechos excluyeran a otros o a los de otros no serían propiamente derechos.¹⁴⁰

Como nos recuerda Adela Cortina, la libertad y la autonomía como capacidad de toma de decisiones y de compromisos por uno mismo nunca es absoluta y no es incompatible con las conexiones y ligazones que suponen la vida en sociedad. Ninguna persona escapa a esta recíproca necesidad de interpelación que supone la vida social y comunitaria, que nos

¹³⁵ Cfr. Victoria Camps (1993): *Virtudes Públicas*, Madrid, Espasa Calpe, p. 51.

¹³⁶ Adela Cortina (2001), *Ética Mínima*. Madrid, Tecnos, (7ª.ed.), p. 56.

¹³⁷ Cfr. Jesús González Bedoya (1987): *Manual de Deontología Informativa*. Madrid, Alhambra, p. 70.

¹³⁸ Cfr. Antonio Cabrejas, O.P., (2006): “La ética del mundo globalizado” en *Vida Pastoral*, nº 123, julio-sept 2006, Bogotá, p. 44.

¹³⁹ Adela Cortina (2001): *op. cit.*, p. 56.

¹⁴⁰ Cfr. A. Cabrejas (2006). *op. cit.*, pp. 44 y 45.

exige y requiere siempre una respuesta. Ser responsable es, por tanto, asumir unos compromisos con los demás pero también que exista la exigencia de esos compromisos.¹⁴¹

De este modo, podríamos entender también la responsabilidad como la respuesta a una demanda de expectativa de respuesta. En la profesión periodística, como en ninguna otra, se da esta expectativa, este requerimiento de que los medios se comprometan con el fin de su profesión: proporcionar una información veraz, garantizar una opinión pública libre, ser instrumentos de la libre expresión y evitar los abusos en todo ello para proteger el honor, la intimidad y la propia imagen a la que todos tenemos derecho.

Por su parte, Weber, hablando del político, cree en una ética de la responsabilidad que toma en cuenta las consecuencias de las propias decisiones, especialmente en relación con los demás, en contraposición de una ética de la intención o de principios, que se centra en los fines últimos.¹⁴² El político responsable será el que mantiene sus principios y convicciones irrenunciables y, a la vez, tiene en cuenta las consecuencias.

I.6.5. Libertad de expresión y libertad de información.

I.6.5.1. El concepto de libertad de expresión.

La libertad de expresión es un derecho fundamental de la persona humana y, entendido como “el derecho a la manifestación pública de las propias ideas y opiniones, ha constituido a lo largo de los dos últimos siglos una de las reivindicaciones más hondamente sentidas por todos los movimientos políticos democráticos”.¹⁴³

Hay seis textos internacionales fundamentales que recogen y defienden la libertad de expresión:

La **Declaración Universal de Derechos Humanos** de 1948:¹⁴⁴

Art. 19: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

¹⁴¹ Adela Cortina (2001), op.cit., p. 61.

¹⁴² Citado por Adela Cortina (2001), p. 57.

¹⁴³ Javier Terrón Montero (1980) “Libertad de expresión y Constitución”, en *Documentación Administrativa*, 187, p. 201.

¹⁴⁴ Adoptada y proclamada por la 183ª. Asamblea General de la ONU, el 10 de diciembre de 1948.

La Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre de 1948:¹⁴⁵

Artículo IV:

“Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio.”

El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966:¹⁴⁶

Art. 19:

“1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

1. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

- a) Asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás;
- b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas”.

El Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales, de 1950:¹⁴⁷

Art. 10:

“1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.

2. El ejercicio de estas libertades, que entrañan deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones, previstas por la

¹⁴⁵ Adoptada por la IX Conferencia Internacional Americana celebrada en Bogotá en 1948, disponible en: <http://www.cidh.org/Basicos/Basicos1.htm>, consulta: 23-4-08.

¹⁴⁶ Aprobado por Resolución 2220 (XXI) de la Asamblea General de la ONU, en su sesión plenaria 1496ª., del 16 de diciembre de 1966.

¹⁴⁷ Aprobado por el Consejo de Europa en Roma, el 4 de noviembre de 1950.

ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial”.

La **Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José)**, de 1969:¹⁴⁸

Art. 13:

“1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

2. El ejercicio del derecho previsto en el inciso precedente no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar:

- a. El respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o;
- b. La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

La **Carta de Derechos Fundamentales** de la Unión Europea, de 2000:¹⁴⁹

Art. 11:

“1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.

2. Se respetan la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo”.

Y, por otro lado, la **Constitución española** de 1978:

Art. 20:

“1. Se reconocen y protegen los derechos:

- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. (...)

¹⁴⁸ Suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos en San José (Costa Rica), del 7 al 22 de noviembre de 1969, disponible en: <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>, consulta: 23-4-08.

¹⁴⁹ Aprobada por el Tratado de Niza de la Unión Europea el 18 de diciembre de 2000.

- d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.”

Con estos antecedentes y para clarificar el contenido de cada concepto, veamos cómo se ha ido tejiendo el de libertad de expresión a través de las sentencias dictadas por el Tribunal Constitucional español, tomando en cuenta dos facetas esenciales. En primer lugar, el derecho a la libertad ideológica, religiosa y de culto (art. 16.1.), “que debe ser considerada como la base y el fundamento previo de todas las demás libertades democráticas, pues, como señala Beneyto, el ámbito de la racionalidad y de la conciencia personal es el espacio más específico de la identidad humana”.¹⁵⁰ En segundo lugar, el derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones (art. 20.1.a). A éstos habría que añadir el párrafo d) del art. 20, que expresa el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, y que no es más que una “simple aplicación concreta de la libertad de expresión”, según el Tribunal Constitucional.¹⁵¹

Aunque ya lo veremos cuando diferenciamos las libertades de expresión y de información, destaquemos el énfasis de la expresión “información veraz” del párrafo d) del artículo 20, en el que se deja claro que el derecho a la libertad de información, contemplado en este párrafo, no existe si no se da la verdad en la información. Si las noticias son falsas, inexactas o subjetivas no serían ni siquiera información. La verdad es el primer requisito para que algo pueda ser llamado información.¹⁵²

En cuanto a la transcendencia del artículo 20 de la Constitución española es pertinente el criterio de la STC cuando afirma que dicho artículo

*(...) además de consagrar el derecho a la libertad de expresión y a comunicar o recibir libremente información veraz, garantiza un interés constitucional: la formación y existencia de una opinión pública libre, garantía que reviste una especial transcendencia ya que, al ser una condición previa y necesaria para el ejercicio de otros derechos inherentes al funcionamiento de un sistema democrático, se convierte, a su vez, en uno de los pilares de una sociedad libre y democrática.*¹⁵³

Queda claro con esta sentencia el alcance individual y social de los derechos fundamentales del art. 20, pues como sigue diciendo la mencionada sentencia, el derecho a la información no sólo protege un interés individual sino que supone “el reconocimiento y

¹⁵⁰ Luis Escobar de la Serna (2004); *Derecho de la Información*. Madrid, Dykinson, (3ª. ed.), p 364.

¹⁵¹ Sentencia del Tribunal Constitucional 13/1985 (fundamento jurídico 2).

¹⁵² Cfr. P. Barroso y M^a. del Mar López (1998): *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Fragua, p. 46.

¹⁵³ STC 159/1986, en Escobar de la Serna (2004), pp. 364 y 365.

la garantía de una institución política fundamental, que es la opinión pública, indisolublemente ligada con el pluralismo político”.

Sin libertad ideológica no serían posibles la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político que establece la Constitución, por lo que exige la máxima amplitud en su ejercicio y una indispensable interpretación restrictiva de las limitaciones a dicha libertad así como al derecho a expresarla, para que pueda tener toda la efectividad.¹⁵⁴

Por su parte, la libertad de expresión, cuyo objeto es el conjunto de ideas, conceptos y juicios que el hombre tiene sobre las distintas realidades del mundo y de la vida, tiene una amplitud que se rige por tres postulados:¹⁵⁵

1°. El ejercicio efectivo del derecho sólo es posible en una sociedad en la que exista una verdadera pluralidad de medios de comunicación.

2°. No contribuyen a la formación de una opinión pública libre y, por consiguiente, “aparecerán desprovistas de valor de causa de justificación, las frases formalmente injuriosas o aquellas que carezcan de interés público y, por tanto, resulten innecesarias a la esencia del pensamiento, idea u opinión que se expresa”.

3°. Estos derechos, como todos los demás, están sometidos a limitaciones.

Por otro lado, a diferencia del derecho a la información, el titular del derecho a la libertad de expresión y de opinión “es cualquier persona, sin ningún tipo de especificidades o matices”. Este derecho no asiste a las instituciones públicas, de forma que “la información vertida por las instituciones públicas o sus órganos en el ejercicio de sus atribuciones queda fuera del ámbito protegido por esta libertad”.¹⁵⁶

I.6.5.2. Diferencias entre la libertad de expresión y la libertad de información.

La estrecha interrelación entre ambas libertades, y a la vez su diferenciación, aparece, como hemos visto, en las declaraciones y pactos internacionales sobre derechos fundamentales, donde vienen enunciadas las dos libertades conjuntamente o donde la libertad de información figura implícitamente incluida en la libertad de expresión.

En el art. 19 de la Declaración Universal está claro que el derecho a la libertad de información está incluido en el más amplio de opinión y expresión. Por tanto, se da una

¹⁵⁴ STC 20/1990, en Escobar de la Serna (2004), p. 365.

¹⁵⁵ STC 6/1981, en Escobar de la Serna (2004), p. 367.

¹⁵⁶ STC 254/1993, en Escobar de la Serna (2004), 367.

estrecha relación e incluso dependencia entre ellos, pues como indica Loewenstein: “la libertad de opinión es inútil cuando no incluye la libertad de información”.¹⁵⁷

Por la importancia vital de la información en la sociedad actual y la fuerza que ha adquirido el derecho a la difusión y comunicación de noticias, es comprensible que a menudo se confunda la libertad de expresión con el derecho a la información y que éste sea el único aspecto que mencionen muchos textos legislativos.¹⁵⁸

Pero no hay que olvidar la individualidad de cada derecho, la subjetividad propia de la libertad de opinión y de expresión y la objetividad constitutiva del derecho a la información, es decir, “opinar no es lo mismo que informar. La libertad de expresión es sustancialmente sobre opiniones, mientras que el derecho a la información es sobre hechos”.¹⁵⁹

Por tanto, hay que diferenciar entre libertad de expresión y libertad de información. La primera es un derecho subjetivo más amplio ya que tiene por objeto la manifestación pública de pensamientos o ideas que pueden comportar juicios de valor o creencias y se pueden manifestar de palabra, por escrito o por el lenguaje simbólico. La libertad de información, sin embargo, se refiere a hechos noticiables que tengan apariencia de veracidad.¹⁶⁰

La Constitución española diferencia claramente ambos conceptos pues los recoge separadamente. La libertad de expresión, en el apartado 1 del artículo 20 (derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción) y la libertad de información en el apartado 1, d (derecho “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”).

Por tanto, si bien la jurisprudencia española fundamenta de idéntica forma ambos derechos y las líneas doctrinales que elabora para garantizar la libertad de expresión “son aplicables, con escasas acomodaciones, a la libertad de información”,¹⁶¹ el Tribunal

¹⁵⁷ En *Teoría de la Constitución*, Madrid, Ariel, 1970, p. 391, citado por David Ortega Gutiérrez, op.cit., p. 48.

¹⁵⁸ A.M. Romero Coloma (1987): *Derecho a la intimidad, a la información y proceso penal*. Madrid, Editorial Colex, en Barroso (1998): *La libertad de expresión y sus límites constitucionales*. Madrid, Fragua, p. 51.

¹⁵⁹ Cfr. David Ortega, op.cit., p. 49.

¹⁶⁰ Cfr. Lluís de Carreras Serra (1996): *Régimen jurídico de la Información*. Barcelona, Ariel, pp. 44-45.

¹⁶¹ Aurelia María Romero Coloma (1984: 33-34), citado por Barroso, op.cit., p. 50.

Constitucional español no comparte la tesis de que el derecho a la información esté subsumido en los derechos a la libertad de opinión y expresión:

*Nuestra Constitución consagra por separado la libertad de expresión -art. 20.1.a)- y la libertad de información -art. 20.1.d)- acogiendo una concepción dual, que se aparta de la tesis unificadora, defendida por ciertos sectores doctrinales y acogida en los artículos 19.2 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de New York y 10.1 del Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Públicas de Roma.*¹⁶²

Aparte de ser derechos distintos por su objeto, pues la libertad de expresión se refiere a opiniones, juicios y valores y el derecho a la información a hechos o sucesos, también son distintos por sus titulares, y este matiz tiene importantes repercusiones. Mientras el titular del derecho a la libertad de expresión y de opinión es cualquier persona, el titular del derecho a la información es, en principio, todo individuo, pero los periodistas o personas que se dedican profesionalmente a la información pueden llegar a tener un tratamiento privilegiado con el fin de que se facilite su trabajo -especialmente en lo que se refiere a las facultades de investigar y difundir-, que, en definitiva, es en beneficio del sujeto universal o público.¹⁶³ Este tratamiento especial, reflejado sobre todo en los derechos a la cláusula de conciencia y al secreto profesional, se convierte en un imperativo constitucional para el legislador por la necesidad de que los periodistas actúen con completa libertad en orden a proporcionar una real opinión pública libre.¹⁶⁴

Y un tercer elemento diferenciador entre ambos derechos es el de las condiciones exigibles para su legítimo ejercicio:

*(...) no son confundibles entre sí las condiciones exigidas para su legítimo ejercicio; pues mientras que en el caso de la libertad de expresión lo esencial es que no se empleen expresiones injuriosas o vejatorias, cuando de lo que se trata es de la libertad de la información resulta además decisivo el canon de la veracidad de la noticia y su relevancia para la formación de la opinión pública*¹⁶⁵.

Hay dos características, por tanto, exclusivas del derecho a la información: la veracidad y el carácter noticiable de los hechos, lo cual hace que su campo de actuación sea más restringido que el de la libertad de expresión.

I.6.5.3. Semejanzas entre la libertad de expresión y la libertad de información.

En cuanto a las semejanzas, los dos derechos son pilares de la sociedad democrática. En primer lugar, en cuanto que son un modo de limitar el poder político, característica ésta

¹⁶² Sentencia del Tribunal Constitucional 107/88, citado por David Ortega Gutiérrez en *Manual de Derecho de la Información*, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., 2003, p. 68.

¹⁶³ Cfr. David Ortega, op. cit., p. 70.

¹⁶⁴ Cfr. Francesc de Carreras, op.cit, p. 48.

¹⁶⁵ STC 123/1993, citado por D. Ortega, p. 71.

que diferencia al Estado contemporáneo del Estado moderno. Para ello están todos los derechos fundamentales que controlan y limitan el uso del poder político y son una garantía que disfrutaban los ciudadanos ante el poder estatal.¹⁶⁶

En realidad, parece que otros derechos fundamentales como el de sufragio están más directamente relacionados con el límite del poder estatal, pero sin una debida información y sin el derecho a la libre expresión es difícil que pueda ejercerse libre y plenamente el derecho al voto. Por tanto, la existencia de los dos derechos condiciona la posibilidad de una verdadera sociedad democrática porque garantizan el pluralismo político. Por ello, se puede afirmar que tienen una mayor transcendencia que el resto de derechos fundamentales.¹⁶⁷

Esta misma idea la defiende la jurisprudencia española:

*Las libertades del artículo 20 de la Constitución no sólo son derechos fundamentales de cada persona, sino que también significan el reconocimiento y garantía de la opinión pública libre, elemento indispensable del pluralismo político en un Estado democrático, que por lo mismo trasciende el significado común y propio de los demás derechos fundamentales*¹⁶⁸.

La segunda semejanza radica en el carácter formativo de los dos derechos, pues su ausencia puede afectar tanto al aspecto intelectual como al carácter de la persona. No conocer de forma veraz y completa la realidad del entorno y de sí mismo repercute de modo profundo en el desarrollo de la persona, quien “tiene el derecho y la necesidad de conocer, en la medida de lo posible, la verdad de su realidad, de su mundo, de no vivir en el engaño o en la falsedad”.¹⁶⁹

Aquí apreciamos la relación de la libertad de expresión con el derecho a la verdad que tiene todo ser humano, en lo que no profundiza David Ortega, pero que tiene unas repercusiones transcendentales para el desarrollo de la persona, como lo explica el Profesor Leonardo Rodríguez Duplá:

*Al crear una falsa apariencia de instalación en la verdad y con ello fomentar la inercia intelectual, los medios de comunicación tienen a menudo un efecto alienante. (...) La verdadera autonomía hunde sus raíces en el contacto con la realidad. Lo dijimos antes: no hay emancipación sin verdad*¹⁷⁰.

¹⁶⁶ Cfr. D. Ortega, 72.

¹⁶⁷ Íbidem, p.73.

¹⁶⁸ STC 51/1989.

¹⁶⁹ D. Ortega, 74.

¹⁷⁰ Leonardo Rodríguez Duplá (1995), “Ética clásica y Ética periodística”, en Enrique Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos, pp. 75 y 77.

Esta correlación estrecha entre derecho a la información y la verdad del ser humano y de la realidad viene confirmada por la tesis de William Hocking en el informe Hutchins de que la libertad de expresión es, además de un derecho, un deber con la propia conciencia, porque es un deber con la verdad que construye y fundamenta la vida de cada persona, y ante lo cual no nos podemos sustraer.

Por eso aquí podemos ver cómo la libertad de expresión y el derecho a la información son derechos fundamentales porque remiten a la esencia del ser humano, a aquello que fundamenta su existencia y la realidad, lo cual no quiere decir que, como todo derecho, no tenga límites.

I.6.6. Derecho a la información.

La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789 establece el derecho a la libertad de expresión, pero no será hasta 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos que se instituya propiamente el derecho a la información, de tal forma que podríamos considerar esta declaración su acta de nacimiento.¹⁷¹ No obstante, el nombre no lo recibe en la Declaración de 1948, cuyo artículo 19 declara el “derecho a la libertad de opinión y de expresión” así como el derecho a “investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas”. El nombre lo acuña en 1963 el Decreto *Inter Mirifica* del Concilio Vaticano II al expresar “(...) existe en la sociedad humana el derecho a la información sobre cuanto afecte a los hombres individual o socialmente considerados (...)”.¹⁷² Dicho principio, además de reconocer un derecho humano inalienable, define el derecho a la información como un derecho social indispensable para la participación política.¹⁷³ Como dice Desantes Guanter, la información es requisito para que la persona participe en las decisiones políticas y así éstas tengan un verdadero valor, de modo que informar es promover la participación.¹⁷⁴

Conviene hacer una aclaración terminológica. El derecho a la información o libertad de información también ha recibido el nombre de ‘libertad de prensa’, según lo expresa el profesor Luis Escobar de la Serna: “la libertad de información debe entenderse en sentido

¹⁷¹ Cfr. Jesús González Bedoya (1987), op. cit., p. 39.

¹⁷² Concilio Vaticano II, Decreto *Inter Mirifica* (4-12-63), n. 5, http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html, consulta: 17-6-07.

¹⁷³ Cfr. Luis Escobar de la Serna (2004), op. cit., pp. 78-79.

¹⁷⁴ *Ibidem*.

amplio como libertad de prensa”.¹⁷⁵ La mención expresa a la libertad de prensa consta, además de en varias constituciones europeas como la alemana y sueca, en el *Decreto Inter mirifica* del Concilio Vaticano II, que la señala como uno de los deberes de las autoridades civiles para garantizar el bien común.¹⁷⁶

Hay varios autores que denominan el derecho a la información como libertad de prensa, como es el caso del francés André Hauriou¹⁷⁷ y de los españoles García Pelayo¹⁷⁸ y Sánchez Agesta.¹⁷⁹

La libertad de información o derecho a la información ha sido definida con mucha precisión por Escobar de la Serna:

*La libertad de información entraña una doble faceta: la libertad de información activa, es decir, el derecho a comunicar libremente información veraz por cualquier medio de difusión, y la libertad de información pasiva o derecho a recibir aquélla, a las que habría que añadir la libertad de creación y gestión de empresas informativas. La libertad de información debe entenderse en sentido amplio como libertad de prensa y, como tal, es propia esencialmente de la profesión periodística, aunque pueden ejercer este derecho todos los ciudadanos.*¹⁸⁰

En síntesis se puede decir que pese a que el ejercicio del derecho a la información, como los demás derechos fundamentales, está protegido por igual para todos los ciudadanos, según el principio constitucional de igualdad, y que el periodista no tiene ninguna posición de privilegio respecto a los demás, hay una protección preferente de la actividad periodística, en orden a que ésta se realice con completa libertad y se pueda dar una opinión pública libre, supuesta la responsabilidad concomitante que vivan los periodistas.¹⁸¹

Asimismo, la libertad de información no implica solamente un derecho, es un deber que los gobiernos tienen que tutelar para que sea una realidad vivida y disfrutada por todos los ciudadanos y es lo que, en definitiva, hace la diferencia entre países democráticos y los que no lo son. La libertad de información, además de ser un derecho individual, es “una libertad, una función o garantía de pervivencia del sistema democrático, tiene que estar

¹⁷⁵ Luis Escobar de la Serna (1997): *Manual de Derecho de la Información*. Madrid, Dykinson, pp. 380-381.

¹⁷⁶ Para González Bedoya (1987: 39) este decreto conciliar es el Acta de Bautismo del Derecho a la Información.

¹⁷⁷ En *Derecho Constitucional e Instituciones Políticas*, Barcelona, Ariel, citado por D. Ortega, 34.

¹⁷⁸ En *Derecho Constitucional Comparado*, Madrid, Alianza, 1987, citado por D. Ortega, 35.

¹⁷⁹ En *Curso de Derecho Constitucional Comparado*, Madrid, Facultad de Derecho, UCM, 1980, citado por D. Ortega, 36.

¹⁸⁰ *Ibidem*.

¹⁸¹ Cfr. Francesc de Carreras (1990): *Libertad de Expresión, Anuario 1990*. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, p. 32.

necesariamente más protegida cuando se usa en relación de personas o negocios públicos.”¹⁸²

Esta obligación de informar la expresaba también Jorge de Esteban, en plena transición española, diferenciando libertad de expresión y derecho a la información:

*El derecho clásico a la libre expresión se ha quedado corto y hoy aparece como mucho más completo el derecho a la información. En otras palabras: a la concepción típicamente individualista de la libertad de expresión se superpone la libertad colectiva de información y posteriormente la del derecho a la información con su correlato de la obligación de informar.*¹⁸³

I.6.6.1. Los requisitos de veracidad y relevancia pública de la información.

Un aspecto fundamental que considera la doctrina constitucional española para el ejercicio de este derecho es la veracidad, que junto con el carácter noticiable, son las condiciones exigibles del derecho a la información. La Sentencia del TC 107/1988 lo expresa claramente cuando dice que “la libertad de expresión es más amplia que la libertad de información por no operar, en el ejercicio de aquélla, el límite interno de veracidad que es aplicable a ésta...(fundamento jurídico 2)”.

Pero hay que entender bien a qué nos referimos con veracidad. Escobar de la Serna precisa que “no se exige que se trate de hechos absolutamente incontrovertibles, sino que la conducta del informador sea diligente en la averiguación de los mismos”.¹⁸⁴ Para ello, hace alusión a la STC 6/1988 que subraya que “cuando la Constitución requiere que la información sea ‘veraz’ no está tanto privando de protección a las informaciones que puedan resultar erróneas -o sencillamente no probadas en juicio- cuanto estableciendo un específico deber de diligencia sobre el informador, a quien se le puede y debe exigir que lo que transmita como hechos haya sido objeto de previo contraste con datos objetivos”.

El informador, por tanto, no está libre de cometer errores o equivocaciones, pero esto no obsta para gozar de la garantía constitucional, siempre que se haya dado la actitud diligente pues “al asumir y transmitir a la opinión pública la noticia, también asume personalmente su veracidad o inveracidad, en cuanto que la obligación de contrastar la verosimilitud de la noticia es un deber propio y específico de cada informador, (...) evitando la propagación de noticias que, aun procediendo de sedicentes fuentes bien

¹⁸² Santiago Muñoz Machado (1988): Libertad de prensa y procesos de difamación. Barcelona, Ariel, p. 153.

¹⁸³ Jorge de Esteban, *Por una comunicación democrática*, Valencia, Fernando Torres-Editor, 1976, p. 90, citado por D. Ortega, op.cit., 142.

¹⁸⁴ Cfr. Escobar de la Serna (2004), p. 356.

informadas, no se ha preocupado de contrastar con diligencia razonable y resulten después ser lesivas del derecho al honor o a la intimidad personal”.¹⁸⁵

El otro requisito para que algo sea considerado información y, por tanto, objeto de este derecho, es que sea noticiable, lo que implica que tenga relevancia pública. Esto lo expresa claramente la STC 107/1988¹⁸⁶ al afirmar que la libertad del art. 20.1.d) tiene por objeto “el comunicar y recibir libremente información sobre hechos, o tal vez más restringidamente, sobre hechos que puedan considerarse noticiables” (fundamento jurídico 2).

Pero el mismo TC precisa que no se puede confundir la relevancia pública con lo que un medio considere como noticioso, pues no son los medios los que deben determinar qué es la relevancia pública. Por ello, la STC 20/1992¹⁸⁷ afirma que “una información posee relevancia pública porque sirve al interés general en la información, y lo hace por referirse a un asunto público, es decir, a unos hechos o a un acontecimiento que afecta al conjunto de los ciudadanos...” (fundamento jurídico 8).

Esta precisión se relaciona en los casos de informaciones que afectan a la intimidad de las personas, sobre lo cual el TC estipula que la intromisión informativa en la intimidad personal es legítima no solo cuando la información sea veraz, requisito necesario pero insuficiente, sino cuando “su comunicación a la opinión pública resulte justificada en función del interés público del asunto sobre el que se informa”.¹⁸⁸ El problema que también recoge esta sentencia es la dificultad a la hora de determinar los límites que se deben poner al derecho a la intimidad en los casos en pueda ser legítimo invadir la intimidad de un personaje público.

I.6.6.2. Supremacía del derecho a la información sobre los otros derechos fundamentales.

Basándose en la Constitución española, David Ortega analiza la relación del derecho a la información con los otros derechos fundamentales del Capítulo I de dicha carta magna y de qué manera aquel se constituye en condición de posibilidad de éstos.¹⁸⁹

Respecto del derecho a la dignidad de la persona (art. 10.1), que el Tribunal Constitucional español lo considera un valor jurídico fundamental, además de un valor

¹⁸⁵ STC 172/1990, en Escobar de la Serna (2004), 357.

¹⁸⁶ *Ibidem*, p. 360.

¹⁸⁷ *Ibidem*, 360.

¹⁸⁸ *Ibidem*, 361.

¹⁸⁹ Cfr. D. Ortega, *op.cit.*, p. 38 y ss.

espiritual y moral, el derecho a conocer veraz y completamente la realidad personal y social en todas sus dimensiones es un requisito esencial. Debido a la dimensión ante todo espiritual de la dignidad humana, no se puede dar el desarrollo de la personalidad sin el ejercicio del derecho a la información, esto es, sin el acceso a un conocimiento verdadero de la realidad, necesario para construir un proyecto de vida y darle sentido a la existencia. Por tanto, manipular la realidad y desinformar, de las más variadas formas y por múltiples intereses, implica minar la dignidad personal porque se manipula y condiciona a la persona privándola de la posibilidad de conocer y de elegir.

El derecho a la libertad ideológica (art. 16.1) tiene una relación de interdependencia con el derecho a la información, pues las personas construyen sus convicciones ideológicas a partir de la información y formación que reciben y viceversa, interpretan la información que reciben por medio de la ideología que tienen. Y para una buena formación y educación que nos lleve a ejercer una libertad ideológica, elegir la mejor de entre varias opciones, necesitamos una información plural, universal, y veraz, no un solo enfoque de las cosas que nos limite a un pensamiento único.

Por otro lado, sin un efectivo derecho a la información es imposible que se pueda ejercer la libertad de expresión (art. 20.1.a) de forma real. En la sociedad de hoy, donde nuestros pensamientos, ideas y opiniones dependen tanto de la información que proporcionan los medios, sin una información plural, que fluya sin trabas, corremos el riesgo de ser meros altavoces de lo que dicen los medios y, por tanto, de que la libertad de expresión sea algo ilusorio. Sintéticamente, se puede afirmar que el derecho a la información es el presupuesto necesario para que se den con plenitud los otros derechos fundamentales básicos. Incluso se puede establecer un orden cronológico de ejercicio entre todos ellos: el derecho a la información permite un ejercicio real del derecho a la educación, y de estos dos llegaríamos al ejercicio de la libertad ideológica u opinión y a la libertad de expresión que le sirve de cauce, madurando éste en el derecho al sufragio.

La siguiente sentencia refleja muy bien el criterio del Tribunal Constitucional sobre el carácter prevalente del derecho a la información sobre los otros derechos fundamentales básicos:

*La especial posición que sobre los derechos denominados de la personalidad del art. 18 CE ostentan los derechos a la libertad de expresión e información del art. 20.1 CE, en razón de su doble carácter de libertad individual y garantía institucional de una opinión pública indisolublemente unida al pluralismo político dentro de un Estado democrático.*¹⁹⁰

I.6.6.3. Las tres facultades del derecho a la información.

El objeto del derecho a la información son tres facultades humanas: 1) recibir, 2) investigar y 3) difundir informaciones.¹⁹¹

La primera facultad, la de recibir, está condicionada a la veracidad, objetividad y exactitud, pues sin estas características deja de ser información. Y hay que unir las cualidades de trascendencia pública y de conformidad a la realidad completa. Como vimos en el apartado anterior, las informaciones deben ser sobre hechos relevantes pues su conocimiento es imprescindible para formar la opinión, así como los datos o acontecimientos privados con trascendencia pública. Hay que tener claro que es más peligroso y perjudicial el secreto y la falta de información que la difusión de noticias, ya que el primero puede cegar la fuente de la noticia y, por tanto, de la verdad.¹⁹²

La noticia tiene que ser completa, es decir, “ha de comprender todas las noticias, a la vez que la noticia ha de ser toda la noticia”, lo cual exige una total independencia del informador. Igualmente debe ser asequible para todos y rápida, para que el ciudadano esté bien y oportunamente informado.¹⁹³

Siguiendo la doctrina de la DUDH, que considera como objeto del derecho a la información también las ideologías, juicios u opiniones, éstas son imprescindibles para la democratización y la participación, por lo cual debe haber un respeto a las mismas, condición previa para que puedan ser investigadas, recibidas y publicadas.

El derecho a recibir implica necesariamente la libertad de los medios de expresión, esto es, la libertad de creación, desenvolvimiento, edición, distribución y funcionamiento de las empresas periodísticas.

El derecho de investigar no es solo para los profesionales de la información sino de los medios informativos en general y del público y es el derecho “de acceder a las fuentes de las informaciones y de las opiniones y de obtener éstas sin límite general alguno”.¹⁹⁴ Esto

¹⁹⁰ En D. Ortega, 143.

¹⁹¹ Cfr. Barroso (1998), op. cit., pp. 42 y 43.

¹⁹² Cfr. Escobar de la Serna (2004), p. 79.

¹⁹³ Ibídem.

¹⁹⁴ Escobar de la S. (2004), p. 81.

implica tanto el derecho del ciudadano de acceso a las fuentes como el deber de los que manejan dichas fuentes.¹⁹⁵ Constituyen una excepción a este derecho el deber de proteger determinados intereses legítimos de particulares, como la intimidad, o del Estado, como la defensa de los intereses nacionales.

La facultad de difundir permite a todo ciudadano la libre divulgación de opiniones e informaciones, lo cual es bastante difícil de llevar a la práctica pues es casi imposible que toda persona pueda tener acceso a cualquiera de los medios de comunicación. De hecho, casi no se ha desarrollado en leyes de prensa porque “es el más difícil de realizar pues, a diferencia de las facultades de recibir y de investigar, solamente puede ejercitarse en sentido positivo, pues nadie discute el derecho a no difundir”.¹⁹⁶

De todas maneras, una manera de promover este derecho sería suprimir las medidas preventivas a la información, lo cual supone eliminar obstáculos no solo para los periodistas y los medios sino también para los ciudadanos que acceden a dichos medios.

En definitiva, el derecho a la información es indispensable para la necesaria participación política de todo ciudadano en un régimen democrático y constituye una verdadera facultad jurídica.¹⁹⁷

A lo dicho podríamos añadir otros aspectos, según Escobar de la Serna, como que los profesionales de la información son intermediarios entre los entes públicos y los destinatarios de la información; el deber de los entes públicos de facilitar el acceso a la información y la necesidad de educar al receptor para que ejerza su derecho a informar y a ser informado.¹⁹⁸

En cuanto a esto último, de igual forma se pronuncia Joseph Folliet diciendo que, si bien es cierto que todo ciudadano tiene el derecho a recibir información, como sujeto pasivo del derecho a la información, este derecho también implica un deber. Toda persona tiene el deber de informarse y de reivindicar los medios efectivos para ello, ya que en la medida que así lo haga estará contribuyendo indirectamente al control de los poderes privados o públicos.¹⁹⁹

¹⁹⁵ Cfr. J.M. Desantes (1974): *La información como derecho*. Madrid, Editora Nacional, pp. 73-75.

¹⁹⁶ *Ibídem*, p. 82.

¹⁹⁷ Cfr. Remedio Sánchez Ferriz, pp. 73-77, en Escobar de la S. (2004), p. 83.

¹⁹⁸ Cfr. Escobar de la S. (2004), p. 84.

¹⁹⁹ Cfr. Joseph Folliet (1972): *La información hoy y el derecho a la información*. Santander, Sal Terrae, pp. 242-243.

I.6.6.4. Límites a la libertad de expresión y al derecho a la información.

No obstante, la libertad de expresión y el derecho a la información no son absolutos sino que, como todos los derechos, incluido el de la vida, que es el primer derecho humano y fundamental, tienen sus límites.

El Tribunal Constitucional español se acoge casi en su totalidad al Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales de 1950, en su art. 10.2, como también lo haría -aunque no completamente- en 1966 el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

La Constitución española estipula especialmente cuatro límites a las libertades de expresión-información, que son los derechos de la personalidad (honor, intimidad personal y familiar, propia imagen) y la protección de la juventud y de la infancia, regulados en el art. 18, pero son los tres primeros los que suelen provocar más controversias. De hecho, los conflictos que genera la colisión entre los art. 18 y 20 son los que más recursos de amparo suscitan ante el alto tribunal, después de los derechos del art. 24 (a la tutela judicial efectiva y a un proceso con garantías) y el art. 14 (no discriminación).²⁰⁰

Sin embargo, como ya vimos, el criterio del TC es que los derechos a la libertad de expresión y el derecho a la información prevalezcan sobre los demás derechos fundamentales. En la práctica son dos los límites que generalmente son impuestos a la libertad de expresión-información: el interés público general y el derecho a la intimidad personal, dejando abierta la necesidad de concretar jurídicamente el contenido de tales conceptos, en aras del principio de seguridad jurídica.²⁰¹

Los límites a la libertad de expresión se deben a que esta libertad, como todas las demás, es a la vez un derecho y un deber, especialmente a raíz de la Declaración Universal de 1948, que supera la concepción de privilegio, casi sin contrapartidas, y la concibe como un verdadero deber por el derecho fundamental de toda persona a la información. Desde ese presupuesto, hay que considerar la libertad de expresión como libertad positiva que pertenece al público y desde el derecho que éste tiene a ser informado, con el deber consiguiente para los informadores y los medios, públicos o privados.

²⁰⁰ Cfr. D. Ortega, 137.

²⁰¹ Cfr. Javier Terrón (1980), op. cit., pp. 220-221.

I.6.7. Comunidad Andina de Naciones (CAN)²⁰²

El criterio para la delimitación geográfica de la presente investigación ha sido la pertenencia a los países andinos, los cuales desde 1969 construyen un proceso de convergencia bajo la denominación de Comunidad Andina de Naciones (CAN). Son cinco los países que la integraron en un primer momento: Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú, con el nombre de Acuerdo de Cartagena o Pacto Andino, y desde 1997, avanzando en el proceso de integración económica, comercial y social, adoptó la denominación actual.

En 1973 se adhirió a él Venezuela pero se retiró en abril de 2006. Por el contrario, en 1976 Chile decidió retirarse pero se reintegró como miembro asociado en septiembre de 2006.

Los países andinos, al igual que los europeos, se sienten vinculados por muchos factores compartidos: un pasado histórico común; un legado común constituido por un patrimonio cultural material e inmaterial, como son sus milenarias culturas, lenguas, arquitectura, y entorno natural, entre otros; por una geografía y un idioma comunes, y por unos mismos ideales, metas y objetivos.

²⁰² Toda la información recogida en este apartado ha sido tomada de la página oficial de la Comunidad Andina de Naciones: <http://www.comunidadandina.org/>.

Capítulo II

PERSPECTIVA HISTÓRICA DE LA LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD DE LA PRENSA

II.1. ORÍGENES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE PRENSA.

II.1.1. Antecedentes históricos y jurídicos de la libertad de expresión.

El derecho a la libertad de información y de expresión es fruto del espíritu de la Revolución Francesa (1789), suceso que marca el fin del absolutismo y la instauración de los regímenes liberales. Son las revoluciones francesa y americana las que inician el proceso de constitucionalización del derecho a la información, juntamente con la creación de la idea de lo que más adelante se llamaría el Estado de Derecho.¹ De todos modos, cambiar los principios autoritarios por los liberales fue cuestión de siglos.

Ya en el s. XVI, con los descubrimientos científicos y geográficos que se produjeron, y con las nuevas ideas físicas y filosóficas del s. XVII, fue emergiendo una nueva concepción del mundo, opuesta al teocentrismo medieval, que cambiaba el papel del ser humano y le conducía a confiar en sí mismo antes que en una divina Providencia. El hombre es considerado un fin en sí mismo, pues su inmensa capacidad racional le hace un ser único y motor de la civilización. La realización del individuo será, a partir de ahora, la meta esencial del hombre, de la sociedad y del estado. La sociedad, para los liberales, tendrá que cuidarse mucho de convertirse ella misma en un fin y el estado deberá ser abolido o modificado drásticamente cuando deje de fomentar los intereses individuales de cada hombre.²

Este espíritu ilustrado de los siglos XVII y XVIII, con su ideal de liberar al hombre de todas las restricciones exteriores para emplear su capacidad racional y su autosuficiencia en el dominio del mundo, fue esencial para la propagación del liberalismo. El optimismo racional inundó todos los ámbitos, tanto el científico, como el religioso, el jurídico y el político.

El liberalismo funda la doctrina democrática de la libertad de expresión y de prensa basándose en que los hombres desean saber la verdad y ser guiados por ella. El método para ello solo es posible por la libre competencia de opinión y de ideas, es decir, trasladando la teoría del libre mercado al campo del pensamiento como “mercado libre de

¹ Cfr. Luis Escobar de la Serna (2004): *Derecho de la Información*. Madrid, Dykinson, pp. 45 y ss.

² Cfr. Fred S. Siebert y Theodore Peterson (1967): *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor, pp. 53 y ss.

ideas”. Con la tolerancia mutua y la comparación de opiniones la más racional emergerá. De ahí que se consideren derechos naturales la libertad de religión, de palabra y de prensa.³

Milton, en la Inglaterra prerrevolucionaria de mitad del s. XVII, es el que acuña las expresiones “mercado libre de ideas” y “proceso de auto-justicia”, que implican dejar que todo el que tenga algo que decir sea libre de hacerlo pues en esa confrontación abierta de ideas lo cierto y lo bueno vencerán sobre lo falso y lo malo.⁴ Con su obra *Areopagítica. Para la libertad de imprimir sin censura* (1664), Milton lograría que una vez llegado el liberalismo se aboliese en Inglaterra la censura.⁵

Pocos años después, en 1689, se proclamaba en Inglaterra el *Bill of Rights*, que aunque no mencionaba directamente a la prensa ya sugería implícitamente la libertad de expresión.⁶

La lucha principal para lograr la libertad de prensa se libró en el siglo XVIII gracias al empuje de impresores y editores de periódicos que tuvieron que enfrentar numerosos obstáculos, sobre todo las acusaciones de difamación sediciosa, a partir de la abolición del sistema de licencias en 1694. Aunque durante casi todo el siglo XVIII los juristas lograron frenar las críticas al gobierno y, por ende, la libertad de prensa, con el argumento de que las palabras ofensivas para el gobierno eran siempre punibles, fueran ciertas o no, finalmente triunfaron los principios liberales que alegaban la verdad como elemento de defensa procesal: en Norteamérica, por disposiciones constitucionales; en Inglaterra, mediante la *Parliamentary Act* de 1843.

Todos los esfuerzos de los liberales por lograr la libertad de prensa culminaron con la formulación y adopción de los primeros *Bill of Rights* de Estados Unidos en 1776, o Declaración del Buen Pueblo de Virginia, en los que la libertad de prensa precedía a las libertades de palabra y religión. Esta Declaración en su Derecho XII decía así:

Que la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y no puede ser restringida jamás, a no ser por gobiernos despóticos.

Más adelante, la Primera Enmienda a la Constitución americana, el *Bill of Rights* de 1791, ordenó que:

³ Ibídem, p. 56.

⁴ Ibídem, p. 57.

⁵ Cfr. Jesús González Bedoya (1987): *Manual de Deontología Informativa*. Madrid, Alhambra Universidad, p. 23.

⁶ Cfr. F. S. Siebert y Th. Peterson (1967): op.cit., pp. 60 y ss.

el Congreso no hará ley alguna por la que se establezca una religión, o se prohíba ejercerla, o se limite la libertad de palabra, o la de prensa, o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y pedir al gobierno la reparación de sus agravios.

La Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789 en Francia, influida por la Declaración de Virginia de 1776, se convierte en el fundamento de posteriores documentos y cartas a favor de los derechos humanos haciendo imparable el desarrollo de las libertades de expresión y de opinión. En su artículo 11 se estipula que:

*la libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciados del hombre; todo ciudadano puede, por tanto, hablar, escribir e imprimir libremente, salvo la responsabilidad que el abuso de esta libertad produzca en los casos determinados por la ley.*⁷

Según la UNESCO es la concepción de Montesquieu, que admitía el límite a las libertades, y la Declaración Francesa, que contempla la limitación de la libertad de expresión a través de leyes, la que se ha impuesto universalmente en vez de la concepción “más absoluta” de la primera enmienda americana, que rechaza toda legislación restrictiva de la libertad de expresión.⁸

La teoría liberal se puede sintetizar en tres puntos: la capacidad de la razón para distinguir el bien del mal; la necesidad de un mercado libre de ideas para que la razón pueda operar y la función de la prensa como un control sobre el gobierno.⁹

II.1.2. Contradicciones de la teoría liberal sobre la prensa.

Los liberales estaban convencidos de la misión de la prensa como guardián del funcionamiento de la democracia, para lo cual tenía que estar libre de todo control. El gobierno era el peor enemigo de la democracia y la prensa podía ser el instrumento ideal para controlar al Estado o para impedir o interferir en el cumplimiento de los objetivos del mismo.

No obstante esta visión extremista de la libertad de expresión y de prensa, la mayoría de pensadores liberales, entre ellos sus mentalizadores, eran conscientes de que la libertad de expresión no era absoluta y de que algún control había que ejercer para evitar los abusos de la misma. Por ejemplo, Locke afirmaba que para que las personas puedan vivir ordenadas y morales tenían que poner límites a su libertad por medio de la razón; la razón

⁷ Citado por Escobar de la Serna, op.cit., p. 52.

⁸ Cfr. Henri Pigeat y Jean Huteau (2000): *Déontologie des médias. Institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*. París, UNESCO, pp. 22 y 26.

⁹ Cfr. William Rivers y Wilbur Schramm (1973): *Responsabilidad y comunicación de masas*. Buenos Aires, Troquel, p. 49.

atempera la libertad.¹⁰ Tanto Locke, como Adam Smith y John Stuart Mill, eran bastante equilibrados en su concepción de la libertad pues eran conscientes de que la persona vivía en sociedad y en relación con otros, y en esas condiciones tenían que desarrollarse las libertades.¹¹ Este control sería preferible que estuviera basado en el proceso de autojusticia y de la libre competencia, en los que el papel del Estado se limitase a poner las condiciones que favoreciesen la libre circulación de ideas y la interacción de las iniciativas individuales. Será por eso que la teoría liberal de la prensa no desarrolló unos principios generales y orientadores que fundamentasen los límites admisibles contra el abuso de la libertad de expresión.

La realidad fue que durante todo el siglo XIX se mantuvo el problema de definir las limitaciones justas sobre la libertad de prensa, tema que estuvo presente en todas las legislaciones de la época y que hasta la actualidad sigue siendo un aspecto sin resolver en los sistemas democráticos. Y es que, empezando por los primeros *Bills of Rights*, en todos se aprecia una ambigüedad e imprecisión, pero un denominador común: que la libertad de prensa no es absoluta ni ilimitada.

En realidad, el liberalismo siempre vivió en una contradicción. Desde el principio, las colonias norteamericanas rechazaron el *common law* británico y en la independencia criticaron con fuerza a las autoridades británicas, pero cuando formaron su propio gobierno, que abarcaba una población amplia y dispersa, tuvieron que volver a prácticas autoritarias para afirmar su autoridad. Por ello, en Estados Unidos desde el principio se practicaron sistemas de control estatales, especialmente judiciales, que son los más propios de un régimen democrático. No obstante, hay que reconocer que los gobiernos norteamericanos de todo el siglo XIX se inclinaron por no legislar limitaciones o controles a la libertad de expresión y respetar el espíritu liberal. La Corte Suprema da fe de este espíritu liberal pues trató de delimitar la libertad de expresión buscando el equilibrio entre respetar al máximo la libertad y permitir al Estado que funcionara sin demasiadas interferencias.

Como vemos, una cosa era el convencimiento teórico y otra la práctica, que demostró que la progresiva implantación de la libertad expresión durante el siglo XIX no fue uniforme ni completa. Las contradicciones y vaivenes continuos entre medidas liberales y

¹⁰ Cfr. J. Merrill (2000): op. cit., cap 4, p. 44.

¹¹ Cfr. Stephen Holmes (1993): *The anatomy of antiliberalism*. Cambridge, Harvard University Press, citado por J. Merrill (2000), op. cit., p. 4.

represivas que vivieron los gobiernos liberales pusieron al descubierto que, en la práctica, con el modo de ejercer y entender las libertades conquistadas se estaba pasando de un antiguo despotismo a uno nuevo, en el que la libertad de expresión estaba siendo “secuestrada por unos cuantos poderosos”.¹²

Este nuevo despotismo liberal se debía al modo de entender la libertad de expresión, que había nacido como un derecho del individuo –de expresar o emitir- frente al poder despótico y no como un derecho de todos –de investigar, difundir y recibir- a la información. Este matiz va a marcar enormemente el espíritu liberal pues en realidad la libertad de expresión lograda era prerrogativa de unos pocos y no tenía su correlato en ningún deber, aquel que dimanaba del derecho universal a la información; por tanto, era una libertad sin un sentido de responsabilidad.¹³ En este sentido, hay que reconocer que la ética liberal no es de deberes ni responsabilidades sino de derechos, pues no se ocupa sino de proteger los límites de la libertad de cada individuo frente a los demás y frente al Estado.¹⁴

Por otro lado, la falta de libertad de expresión y su control por unos pocos fue muy evidente a lo largo de los distintos gobiernos liberales y lo sigue siendo en la actualidad. En la prensa, por ejemplo, el control de los gobiernos sobre ella es un hecho real, ya sea de forma directa, mediante leyes, ya sea de forma indirecta, mediante subvenciones, sanciones económicas y el reparto de publicidad oficial. Hoy en día, en el seno de la mayoría de gobiernos democráticos, cuyas constituciones defienden la libertad de expresión y el derecho a la información, persisten ciertas restricciones en las facultades de investigar-acceder y difundir información, amparándose en las figuras de “secretos de Estado” o “la seguridad del Estado” que son tan fácilmente utilizadas por los gobiernos de turno. Además, en esos países los medios de comunicación más grandes suelen ser de propiedad estatal.

Aparte de los diversos modos de censura, la libre empresa, como versión económica de la libertad de expresión, se revela como un verdadero impedimento para garantizar el derecho a la información a través de la fuerte concentración empresarial, con la creación de monopolios informativos mundiales, y el control económico de los medios que ejerce la publicidad. Este punto será precisamente uno de los más atacados y criticados por la Comisión sobre la Libertad de Prensa de Robert M. Hutchins, de 1947.

¹² *Ibíd.*

¹³ Cfr. J. G. Bedoya (1987): *op. cit.*, p. 24

¹⁴ Cfr. Adela Cortina (2004): “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, J. Conill y V. Gozávez (coords.), Barcelona, Gedisa, p. 14.

A pesar de que la Teoría Libertaria sobre la Prensa ha sido el principio regidor de la cultura occidental durante más de doscientos años, Siebert concluye que sus postulados han sido ampliamente rebatidos y superados:

El racionalismo ha sido jaqueado, en particular por los psicólogos modernos; la teoría de los derechos naturales ha sido formulada meramente como un slogan persuasivo sin fundamentos básicos políticos o sociales; la libre empresa ha sido cuestionada como filosofía económica; y el derecho del individuo a comprometer el bienestar de la mayoría ha sido atacado con energía.¹⁵

No obstante, Siebert también manifiesta que hay que reconocer los grandes aportes de esta teoría para abrir la mente de la persona humana a nuevos horizontes y a poner su confianza en sí misma y en su capacidad de autodirigirse.

II.2. EL GIRO TRAS LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: WELFARE STATE Y TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA PRENSA.

II.2.1. El nuevo contexto de la segunda postguerra.

La Segunda Guerra Mundial hace palpable una realidad: el papel decisivo de la información para la sociedad. La Humanidad estaba despertando de una gran manipulación de las conciencias producida por la falta de información, que se revela un elemento imprescindible para la paz y para la existencia de una comunidad.¹⁶ De hecho, el problema de la libertad de información se convierte en una de las máximas prioridades de la recién creada ONU, como lo demuestran las numerosas sesiones y debates que se realizaron desde la Asamblea General del 14 de diciembre de 1946, en la que se proclamó la importancia de esta libertad.

Si bien este hecho bélico es el detonante para que emerja con fuerza una nueva concepción sobre la información y sobre la libertad de expresión, que se iría concretando en las distintas conferencias realizadas por la ONU, esta nueva sensibilidad no se puede entender sin relacionarlo con otros hechos fundamentales. Nos referimos al establecimiento en Estados Unidos del *Welfare State* o Estado Social de Derecho, justamente los años posteriores a la segunda guerra mundial, aunque su germen lo situamos en la crisis de 1929, momento en el que se extiende con fuerza hacia el resto de países occidentales. Este nuevo modelo estatal quiere ser la superación del individualismo del

¹⁵ F.S. Siebert y Th. Peterson (1967): op. cit., p. 86.

¹⁶ Cfr. Carlos Soria (1991): "Derecho a la Información", en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, p. 343.

Estado liberal de Derecho, que en la práctica defendía los derechos de ciertos grupos minoritarios, la burguesía capitalista, mientras que los derechos del resto de individuos se quedaban en pura formalidad. Con el *Welfare State* se querían generalizar esos derechos y conceder una primacía a los de índole social, incorporándolos a las constituciones.¹⁷

También en el ámbito político hay un hecho que se vuelve evidente a raíz de la segunda guerra mundial, a causa del aumento del nivel educativo de la población y por los avances en la comunicación social, y es que el centro de gravedad del poder pasa de los gobiernos a la opinión pública. La función del público empieza a jugar un papel fundamental en los asuntos políticos y sociales.¹⁸

Paralelamente, y en el mismo país, aparece la teoría de la responsabilidad social de la prensa. Ambos fenómenos, el *Welfare State* y esta nueva teoría comunicativa, buscan una reforma del liberalismo, en lo político y en lo informativo, poniendo el acento en los aspectos sociales que habían sido marginados por la teoría liberal, de la cual no se apartan —pese a las críticas que opinan lo contrario—, pues siguen afirmando sus postulados básicos: imperio de la ley (*rule of law*), gobierno constitucional, separación de poderes y plena garantía de los derechos y libertades fundamentales.¹⁹ De hecho, esta filiación liberal tendrá dos consecuencias decisivas en la teoría de la responsabilidad: defender que la función esencial de la sociedad es promover los intereses de sus miembros individuales, y que la libertad de expresión solo puede limitarse por ley parlamentaria, afirmando la autonomía de la actividad informativa respecto del Estado.²⁰

Hay otros aspectos que completan la visión panorámica de la época. Por una parte, la revolución tecnológica e industrial modernizó la prensa, generó nuevos medios como el cine, la radio y la televisión y condujo a la aparición de la publicidad como una nueva —y prioritaria— fuente de financiamiento. En lo demográfico, la creciente urbanización aumentó las audiencias y las tiradas de los periódicos y, con ello, el poder de la prensa.

Pero el vasto desarrollo de los medios estuvo acompañado desde el principio de continuas críticas. En líneas generales, lo que se objetó a la prensa fueron sus enormes intereses políticos y económicos, en contra del servicio al bien común; su dependencia económica e ideológica de los anunciantes; su resistencia al cambio social; su idolatría a lo

¹⁷ Cfr. José Luis Martínez Albertos (1981): *La información en una sociedad industrial*. Madrid, Tecnos, (2ª. ed.), pp. 120-126.

¹⁸ Cfr. Sean MacBride (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*; México/París, FCE/UNESCO, p. 414.

¹⁹ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1981): op. cit., pp. 146 y 127.

²⁰ Cfr. S. MacBride (1980): op. cit., p. 150.

vano y superficial, a costa de la moral y del honor de las personas, y el monopolio empresarial en contra de la sana competencia y del mercado libre de ideas, cuya confrontación de múltiples puntos de vista es lo que garantiza una mayor objetividad. Todo ello quedó reflejado en el Informe que la Comisión Hutchins publicó en 1947.

Desde el punto de vista de las ideas, en el siglo XX también se estaba produciendo un fuerte cambio de mentalidad. El pensamiento contemporáneo basado en Darwin y Einstein rebatía abiertamente las ideas liberales clásicas:

Resulta claro que las bases filosóficas del concepto tradicional sobre libertad de la prensa han sido socavadas abiertamente por la revolución del pensamiento contemporáneo. La Máquina del Mundo estática y atemporal de Newton ha sido desbaratada por la idea de la evolución y los conceptos dinámicos de la física moderna. La doctrina de los derechos naturales de Locke ha sido destruida no sólo por la filosofía romántica sino también por la ciencia social de la actualidad. La economía clásica del laissez-faire ha sido repudiada por la mayoría de los economistas contemporáneos, y en la práctica por casi todas las naciones industriales modernas. Además, la doctrina miltoniana del “proceso de auto-justicia” ha comenzado a despertar sospechas.²¹

En definitiva, la filosofía contemporánea empieza a poner en duda la existencia de derechos que no tuvieran su contrapartida en una obligación a la vez que la psicología moderna, que descubre las áreas de irracionalidad del ser humano, cuestionaba la capacidad de la persona para distinguir la verdad del error.²²

En el nuevo ambiente intelectual también influyó el desarrollo de un espíritu profesional en los periodistas más sensible ante lo cultural y lo ético, consecuencia de una mejor formación intelectual en las nacientes escuelas de periodismo de principios del siglo XX, que no solo se preocuparon por lo técnico sino también por la educación de la responsabilidad de los periodistas.²³

II.2.2. Los debates en el seno de la ONU y el panorama informativo mundial.

Como ya expresamos antes, la Segunda Guerra Mundial marca un punto de inflexión en la forma de entender la libertad de expresión. Podríamos hablar, incluso, del inicio de un nuevo orden mundial de la información²⁴ en el que la comunidad internacional se percató más que en ningún otro momento en la historia, por la tragedia que acaba de terminar, de la repercusión tan grave que puede tener la falta o la tergiversación de la información. La Humanidad entiende que la desintegración y destrucción de las

²¹ Jay W. Jensen, “Toward a Solution of the Problem of Freedom of the Press”, citado por Peterson, op. cit., p. 98.

²² Cfr. W. Rivers y W. Schramm (1973): op. cit., p. 58.

²³ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1981), op. cit., p. 153.

²⁴ Cfr. Beatriz Rancaño (2004): *La autorregulación en el periodismo: perspectiva histórica y comparada en seis países de la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, p. 168.

comunidades se ha debido en gran medida a la falta de comunicación y que la dimensión social y comunitaria del hombre sólo es posible a través de la información de las cosas públicas.²⁵

Refiriéndose al control de la información, para el Profesor José M^a. Desantes la guerra también marca un antes y un después porque las situaciones bélicas propician un intervencionismo total del Estado, es decir, un totalitarismo, a través de normas de emergencia, que en unos casos desaparecen acabado el conflicto pero que en otros echan raíces en la legislación de esos países.²⁶

Y es la ONU la que encauzará todo este debate mundial informativo poniéndolo como prioridad en sus discusiones. Tanto es así que el 14 de diciembre de 1946, en su primer período de sesiones, la Asamblea General proclama la libertad de información como un derecho humano fundamental, cimiento de todas las libertades públicas e instrumento indispensable para la paz.²⁷ En todas las conferencias y documentos que se van sucediendo desde entonces existe un denominador común: definir la libertad de opinión y de expresión como un derecho humano fundamental, que hay que protegerlo de las interferencias estatales y que tiene que preservar la paz y la seguridad internacional.²⁸

Otro esfuerzo importante de la ONU, con miras a lograr un código ético internacional, fue la conformación de la Conferencia Intergubernamental para la Libertad de Información con la representación de 57 países, que se inauguró en Ginebra el 23 de marzo de 1948. En ella resultó evidente el liderazgo de Estados Unidos y su interés en impulsar un ordenamiento jurídico de la información a nivel mundial marcadamente liberal. Ya en 1945 EEUU había logrado que la Conferencia de Cancilleres americanos aprobara en Chapultepec (México) una serie de puntos en ese sentido y quería trasladar el debate y ese ambicioso proyecto a la ONU.²⁹ De esta Conferencia de 1948, cuyas actas quiso que se convirtieran en una Carta Magna sobre la libertad de expresión,³⁰ surgió el reconocimiento de la libertad de expresión e información como verdadera piedra angular de las demás y la necesidad de hacerla extensible a todas las personas sin distinción.

²⁵ Cfr. Carlos Soria (1991): op. cit., p. 343.

²⁶ Cfr. J. M. Desantes Guanter (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid, Cuadernos para el diálogo, pp. 115-116.

²⁷ Cfr. Pedro Gómez Aparicio (1958): "Un acontecimiento grave en el mundo de la información", en *Nuestro Tiempo*, N° 49, Madrid, citado por J. L. M. Albertos, op. cit., p. 145.

²⁸ Cfr. Niceto Blázquez (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*; Madrid, BAC, p. 165.

²⁹ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1981), op. cit., 145.

³⁰ Cfr. Carlos P. Rómulo (1948): *United Nation Freedom of Information Conference 1948: What Conference Achieve*, en: <www.un.org/Pubs/chronicle/index.html>, citado por B. Rancaño (2004), op. cit., p. 171.

Como conclusión de esta conferencia se encargó a la Subcomisión para la libertad de información y de prensa que elaborase un proyecto de código de honor, que fue elaborado en 1950 por un equipo de tres países (China, Egipto y Líbano) y sometido por el Secretario General de la ONU al análisis de unas quinientas organizaciones profesionales y empresas informativas que en su mayoría se declararon a favor del código, aunque expresaron que eran los mismos profesionales los que debían comandar el proyecto.³¹ Con todas las sugerencias, comparaciones con otros códigos y rectificaciones la Subcomisión redactó un segundo texto para someterlo en 1952 al Consejo Económico y Social de la ONU, el cual decidió enviarlo a las asociaciones profesionales nacionales e internacionales y a las empresas periodísticas e informativas con la propuesta de una conferencia internacional para darle el último toque.³² Esta nunca se convocó porque una parte del sector empresarial consideró al texto como un atentado contra la libertad de expresión, por lo cual, no se llegó a aprobar oficialmente, pero sirvió de base para numerosos códigos nacionales e internacionales.³³

Una subcomisión especial de esta Conferencia aprobó un proyecto de documento titulado “Declaración sobre los derechos, obligaciones y prácticas que han de incluirse en el concepto de información”, del que destacamos, como aporte original, que el derecho a la libertad de expresión impone la obligación moral de decir la verdad.³⁴ En la Declaración se aprecia, por tanto, la influencia de la Comisión Hutchins por el concepto de responsabilidad que se pide a la prensa respecto de la sociedad y de la paz internacional.³⁵

En estos intensos debates de la ONU se estaban desvelando dos cosas fundamentales que impedían progresar y consensuar unas políticas internacionales sobre la información. Primero, que los distintos gobiernos se estaban orientando peligrosamente hacia lograr un control, cada vez más eficaz, sobre la información que llegaba a los ciudadanos.³⁶ Da fe de ello el hecho de que el 3 de noviembre de 1947 la Asamblea de la ONU aprobara una resolución en contra de la información falsa y de la propaganda, advirtiendo de los graves peligros de la manipulación informativa por la posible incitación a una nueva guerra. En

³¹ Cfr. Porfirio Barroso Asenjo (1991) “Códigos deontológicos de la comunicación” en Ángel Benito (dir.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, p. 203; J. Clement Jones (1981): *Déontologie de l'information. Codes et Conseils de presse*, París, UNESCO, p. 15.

³² Cfr. J. M. Desantes Guanter (1973), *op. cit.*, p. 220.

³³ Cfr. Hernán Uribe (1984): *Ética periodística en América Latina*, México, UNAM, p. 43.

³⁴ Cfr. Niceto Blázquez (2002), *op. cit.*, p. 166.

³⁵ Cfr. Beatriz Rancaño (2004), *op. cit.*, pp. 171 y 172.

³⁶ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1981), *op. cit.*, p. 146.

1952, la Asamblea de la ONU vuelve a insistir en la necesidad de combatir la desinformación, por el daño que causaba al entendimiento entre los países.

En 1956, Siebert y Peterson manifestaban que por aquellos años no había una delimitación clara entre los regímenes autoritarios y los liberales, puesto que los gobernantes hacían una hábil mezcla de ambas cosas, ya sea poniendo adornos liberales a gobiernos autoritarios, ya sea conservando vestigios absolutistas en gobiernos democráticos, y en uno y otro caso incorporando características socialistas.³⁷ Una cosa era lo que expresaban los gobiernos en sus informes a la ONU, en los cuales declaraban tener una prensa libre y defender la libertad de expresión, y otra la realidad de países que teóricamente habían adoptado regímenes democráticos pero que volvían a las viejas prácticas autoritarias ante la primera crisis interna. Se asistía a un “juego continuo entre los intentos de restringir la libertad de expresión y los intentos por ampliarla”.³⁸

El segundo aspecto que reflejaban los debates de la ONU era que había una gran distancia entre la concepción norteamericana de una libertad radical y la concepción soviética del control y dirigismo educativo; una diferencia de opinión sobre los derechos y libertades frente a los deberes y responsabilidades implícitos en la libertad de prensa.³⁹ Pero, como dice Salvador P. López, sería muy simplista explicar la situación mundial por este antagonismo. Más bien, había un espectro ideológico continuo entre los dos extremos constituido por una variada gama de posturas intermedias, más pragmáticas que ideológicas, en las que se encontraban los países indecisos, pero cuyas prácticas informativas estaban, más o menos conscientemente, apoyadas en la teoría de la responsabilidad social, sobre todo por un aspecto: el acento en la misión pública o función social de los medios de comunicación.

Es de destacar, además, en esta década, la creación del Consejo de Europa el 5 de mayo de 1949 que se va a caracterizar por su defensa continua de las libertades públicas. De hecho, al año siguiente aprueba el Convenio de Salvaguarda de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales, que presupone el ejercicio de deberes y responsabilidades.

³⁷ Cfr. Siebert y Peterson (1967), op. cit., citado por M. Albertos, op. cit., p. 142.

³⁸ Salvador P. López (1953), *Freedom of Information* (informe elevado al Consejo Económico y Social de la ONU), Nueva York, Doc. E/2426, citado por Martínez Albertos, op. cit., p. 146.

³⁹ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1980), op. cit., p. 144.

II.2.3. Aportes de la Teoría de la Responsabilidad Social.

Los documentos que fundamentan la Teoría de la Responsabilidad Social (TRS) son “Una prensa libre y responsable” (1947),⁴⁰ de la Comisión sobre Libertad de Prensa, presidida por Robert M. Hutchins, Canciller de la Universidad de Chicago, y “La libertad de prensa: un marco de principios” (1947),⁴¹ de William E. Hocking, Profesor Emérito de Filosofía de la Universidad de Harvard y miembro de la Comisión. Sobre todo el primer documento intentó construir una nueva y original teoría y no simplemente ser un injerto de la tradicional teoría liberal, y tuvo el mérito de dar cuerpo y consistencia a la nueva visión de la prensa que, en realidad, estaba surgiendo de un modo muy pragmático por parte de algunos editores, productores y propietarios de medios, quienes reflejaron en los primeros códigos éticos la necesidad de equilibrar la libertad de expresión con la responsabilidad.⁴² Por otra parte, los trabajos de la Comisión Hutchins corrieron paralelos con los de la Comisión Real sobre la Prensa, nacida en 1946 en Gran Bretaña, que constituyó un Consejo General de la Prensa para fomentar el sentido de responsabilidad pública y de servicio público en la prensa, y se dedicó a condenar las prácticas ilícitas de los medios y pedirles rectificaciones. Este Consejo alimentó bastante los trabajos de la Comisión Hutchins.

La revisión crítica del liberalismo que hace la teoría de la responsabilidad, paralelamente a la que hace el *Welfare State* en los ámbitos político y económico, se basa en una visión más pesimista de la persona y en un escepticismo acerca de algunos axiomas liberales, fruto de los cambios que se estaban dando en el pensamiento contemporáneo. Mientras que para los liberales la verdad surgiría fruto del intercambio en un mercado libre de ideas, para Hutchins la verdad es prácticamente inaprehensible tanto para el individuo como para el poder y para la prensa, pues todos han tenido muchas deficiencias en su misión social. Por ejemplo, el individuo ha demostrado un cierto estado irreflexivo y de conformidad, una pereza a la hora de utilizar la razón, centrado en satisfacer sus necesidades y deseos inmediatos.⁴³ Por ello, la prensa y los demás medios deben considerarse “entes asociados al poder en la investigación de la verdad política de cada

⁴⁰ The Commission on Freedom of the Press: *A free and responsible press. A general reports on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*; Chicago, The University of Chicago Press, 1947. (Edición de Robert D. Leigh, 1974)

⁴¹ William Ernest Hocking (1947): *Freedom of the Press. A framework of principle*; Chicago, The University of Chicago Press.

⁴² Así lo reflejan los Cánones del Periodismo (1923), de la Sociedad Norteamericana de Directores de Diarios (ASNE) y los primeros códigos de la industria cinematográfica (1930), de la radio (1937) y de la TV (1952).

En J.L. Martínez Albertos (1981): op. cit., p. 152.

⁴³ Cfr. Th. Peterson (1967), op. cit., pp. 98-99.

momento”, convirtiéndose no en esclavos del poder sino en socios, pero un socio sometido a limitaciones.⁴⁴

Asimismo, según la TRS, las personas no son capaces de digerir la información verdadera y falsa y discernir una cosa de la otra. Este punto sería uno de los asideros para que surgiera el periodismo explicativo e interpretativo frente al periodismo netamente informativo que había hasta entonces. Y, en tercer lugar, la Comisión Hutchins no creía en un mercado libre de ideas en el que toda opinión es válida sino que defendía la necesidad del autocontrol y de la actuación de los jueces para que no se desvirtuase la función pública de la prensa.⁴⁵

II. 2.3.1. La libertad de expresión como derecho y deber moral.

Para la teoría liberal radical lo importante era la libertad de expresión en sí misma, en abstracto; la capacidad de expresarse sin ningún tipo de coacción.⁴⁶ Ya sea entendida como libertad intelectual o de expresión de las ideas, como fue concebida en el origen de esta libertad, o ya sea como libertad comercial o de empresa, como fue derivando a medida que se industrializaba el mundo informativo.⁴⁷ Hemos visto el marcado matiz individualista que tiene esta concepción negativa de la libertad pues lo que promovía era el ejercicio individual del derecho a la libertad de expresión que, en la práctica, era un privilegio de un grupo reducido de personas, frente al carácter universal que tiene el derecho a la información, que pertenece a todo ciudadano.

Para la nueva teoría la libertad no es solo ausencia de coacción sino una libertad para realizar el sentido ético de la persona y de la sociedad. Así lo expresaba William Hocking:

“Toda libertad es libertad de y libertad para. Una prensa libre lo es, en primer lugar, de todas las coacciones aunque no de todas las presiones. Y es libre, en segundo lugar, para lograr los objetivos definidos por su sentido ético y por las necesidades de la sociedad”⁴⁸.

La libertad de expresión no es, por tanto, una capacidad abstracta, sin condicionantes, sino que está definida (tiene el sentido) por la naturaleza de la persona humana, cuya conciencia le impele a buscar y decir la verdad, sin la cual no puede desarrollar una vida autónoma ni plenamente humana.⁴⁹ Este valor existencial de la verdad le confiere a la

⁴⁴ Cfr. J.L. Martínez Albertos (1981), p. 154.

⁴⁵ Ibidem.

⁴⁶ Ibidem, p. 155.

⁴⁷ Cfr. C. Jones (1981): op. cit., p. 11.

⁴⁸ W. Hocking, citado por M. Albertos, op. cit., p. 156.

⁴⁹ Cfr. Leonardo Rodríguez Duplá (1995): “Ética clásica y ética periodística”, en E. Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid, Tecnos, pp. 75-76. Sobre la necesidad ontológica de la verdad ver también J. M. Desantes (1994): *Derecho de la Información (II)* Madrid, Colex, pp. 20-21.

libertad de expresión, en cuanto búsqueda de esa verdad, la categoría de derecho moral, el del individuo a su propio pensamiento y a su conciencia; y de un derecho moral “no se es libre de renunciar como se es libre de renunciar a un interés personal”.⁵⁰ De aquí se sigue que la libertad de expresión sea una obligación moral, pues cualquiera que tenga algo que decir está obligado moralmente a decirlo: se lo debe a su conciencia y a la conciencia de los demás.

Por tanto, la libertad de expresión no puede reclamarse por fines egoístas o arbitrarios, que serían ajenos al deber moral del que procede. Es más, solo si la persona asume su deber moral con su conciencia y con la conciencia de los demás puede reclamar el derecho moral a la libertad de expresión.

Y debido a que este derecho comporta un compromiso con lo que es más que la comunidad y que el Estado, la conciencia de cada uno, el Estado debe tener sumo cuidado de no obstaculizarlo de ningún modo.

De esta concepción de la libertad de expresión como derecho y obligación moral va a derivar el derecho a la información de todo ciudadano y el derecho de los medios a acceder a la información oficial, con el consiguiente deber de los poderes públicos de facilitarla, lo cual va a recoger la Comisión Hutchins en la quinta exigencia, referida a facilitar el acceso completo de los lectores a las noticias del día.⁵¹

Por este derecho moral a la información de toda persona unido a la importante función social que cumple la prensa en la sociedad actual, la TRS afirmaba que aquella está obligada a ser responsable frente a la sociedad. De no ser así, algún otro órgano, es decir, el Estado o la sociedad, tendría que ocuparse de que la prensa cumpliera su crucial misión social. Esto le valió a los teóricos de la TRS la desacertada crítica de antiliberales, como veremos en el siguiente apartado.

Por otro lado, al fundamentar el derecho a la libre expresión en un deber se suscitó la crítica de que la TRS se asemejaba a la teoría soviética, que parte de lo mismo. La diferencia radica en que para esta última el deber es con el proletariado y con el partido, y para la TRS el deber es con la propia conciencia. En la teoría soviética, si se ignora dicho deber se pierde el derecho legal; por el contrario, en la TRS, aunque uno sacrifique su derecho moral a la libre expresión –el cual depende del deber moral- puede todavía

⁵⁰ W. Hocking (1947), en Th. Peterson (1967), op. cit., p. 96.

⁵¹ Cfr. Th. Peterson (1967), op. cit., pp. 87 y ss.

reclamar su derecho legal. Dicho de otra manera, la ley no puede medir el grado de conciencia moral que tiene una persona y tiene que presuponer siempre su buena fe.

II.2.3.2. La función social de los medios de comunicación.

Desde este sentido positivo de la libertad de expresión, la prensa cumple una función pública y una misión social esenciales en la sociedad actual, que la Comisión Hutchins las formuló en cinco exigencias. La gran responsabilidad pública se debía a su capacidad de afectar la vida de las personas y de las sociedades, sobre todo en la marcha de la democracia y el mantenimiento de la paz social interna y externa a los países. Este espíritu lo recogerá la ONU, muy fresco aún el trauma de la guerra mundial, y lo pondrá de manifiesto en sus múltiples debates sobre el papel de la información para la paz mundial, lo cual el Informe Hutchins contempla en sus exigencias tercera y cuarta. Éstas obligan a la prensa a proyectar la diversidad de grupos sociales y a presentar los valores de cada sociedad, factores claves para promover un mutuo entendimiento en un mundo cada vez más multicultural.

Para la Comisión el parámetro para evaluar la actuación de los medios era si producían o no resultados de interés social⁵² y su juicio fue que la prensa no había hecho un buen servicio a la sociedad y que no había logrado identificar las necesidades reales de la misma.⁵³ Entre todas las críticas que hizo la Comisión nos interesa resaltar la que se refiere al fracaso del libre mercado en democratizar la libertad de expresión, pues en la práctica la prensa había convertido este derecho en un privilegio de un grupo muy restringido, excluyendo a gran parte de la población y en especial a las clases bajas. En este sentido, la TRS sostenía que no solo era necesario proteger el derecho a la libertad de expresión sino el derecho a la información de todo ciudadano; dicho de otro modo, no solo se trataba de la libertad de los propietarios sino la de los ciudadanos.⁵⁴

Por otro lado, el aumento de la repercusión social de los medios, amplificado por el imparable desarrollo tecnológico, conlleva un aumento de su poder lo cual, lejos de ser un privilegio o una prerrogativa, aumenta su responsabilidad. En la medida en que los medios reconozcan estas graves responsabilidades sociales estarán cumpliendo su importante función social y si no lo hicieran se hace necesario que otro órgano, externo a ellos,

⁵² Cfr. Martínez Albertos (1981), op. cit., p. 155.

⁵³ Cfr. Robert D. Leigh (1974): *A free and responsible press. A general report on mass communication: newspapers, radio, motion pictures, magazines and books, by the Commission on Freedom of the Press*. Chicago: The University of Chicago Press, (1a. ed. en 1947), pp. 130-131.

⁵⁴ Cfr. Th. Peterson (1967), op. cit., pp. 92 y ss.

intervenga. Esto es lo que se llamó la amenaza subsidiaria y lo que le granjeó a Hutchins y a su equipo la crítica de antiliberales y de reaccionarios.⁵⁵ Es tal la importancia de la libertad de expresión para la libertad política y la democracia que se justifica que, además del autocontrol interno a que se sometan los propios medios, el Estado intervenga favoreciendo las condiciones para que se pueda verificar realmente.

Lo que la Comisión Hutchins buscaba no era atentar contra la libertad de expresión sino protegerla activamente, entendiendo que el Estado no solo debe permitir la libertad sino promoverla. Según Hocking, “el gobierno continúa siendo el heredero universal de la libertad para una adecuada función de la prensa”.⁵⁶ Y las formas que tiene el gobierno para proteger activamente la libertad van desde promulgar legislaciones que promuevan operaciones industriales y prohíban los abusos de los medios hasta entrar en el sector de las comunicaciones para ayudar a los medios existentes y para poseer sus propios medios, llenando el vacío informativo que a veces generan los medios privados.

No obstante, la Comisión tiene claro que los medios deben apoyarse sobre todo en la empresa privada y que los medios estatales no deben competir con los privados. Además, la intervención gubernamental, que para Martínez Albertos debería ser estrictamente judicial, debe reservarse para casos de especial necesidad y de riesgo, pues los métodos para promover la libertad a veces también pueden ser capaces de violarla. Está demostrado que incluso los gobiernos democráticos atentan contra la libertad de expresión intentando controlar de distintas maneras la opinión pública.

Para Martínez Albertos, la TRS ponía el énfasis en las responsabilidades, pasando de un liberalismo que no reconocía el derecho a saber del público ni exigía responsabilidad moral a los editores, a un nuevo liberalismo que otorgaba un papel activo tanto a la prensa, como al público y al Estado.⁵⁷ No obstante, la doctrina de la Responsabilidad Social se oponía a la intervención estatal y afirmaba que cuanto más se esforzaran los editores, desde la autorregulación, y el público, ejerciendo una ciudadanía activa y comprometida, menor sería el papel fiscalizador del Estado,⁵⁸ quien debía, en cualquier caso, autolimitarse en su capacidad de intervención y reglamentación.

⁵⁵ Véase especialmente las duras críticas de John C. Merrill en *El imperativo de la libertad. Una filosofía de la autonomía periodística*. México, Edamex, 1982, pp. 122 y ss.

⁵⁶ Cfr. Th. Peterson (1967), op. cit., en Siebert y Peterson, op. cit., p. 114.

⁵⁷ Cfr. M. Albertos (1981), op. cit., p. 148.

⁵⁸ Cfr. Beatriz Rancaño (2004), op. cit., 198.

II.2.3.3. Autonomía y pluralidad de los medios.

Frente a la acusación de promover el intervencionismo estatal, la realidad es que la teoría de la responsabilidad social defendió a ultranza la autonomía de la prensa. Alertó, por una parte, del peligro totalitario de convertir la información en un objetivo de Estado, debido al fortalecimiento del poder ejecutivo en el *Welfare State*, y, por otra, de la falta de pluralismo y libertad que estaba generando la fuerte concentración empresarial de los medios. Esta crítica fue la que provocó el rechazo de la mayoría de los grandes periódicos norteamericanos que se sintieron aludidos por el Informe Hutchins, del que se defendieron calificándolo de procomunista y ambiguo.⁵⁹

El sentido expresado en la segunda exigencia pedía que la prensa fuera “un foro para el intercambio de comentarios y críticas”. Los medios están obligados a exponer todos los puntos de vista importantes sobre los asuntos de discusión pública, concuerden o no con su propia postura, identificando claramente las fuentes, lo cual es imposible si los medios están concentrados en muy pocas manos. Además, también la prensa tendría que tutelar el derecho de las minorías y garantizar la igualdad de oportunidades en la discusión de los problemas públicos.

La Comisión Hutchins hizo ver las contradicciones del sistema de libre empresa, que sostenía que persiguiendo cada empresa individualmente sus intereses estaba, espontáneamente, contribuyendo al bien común —lo cual los medios escritos se lo tomaron con un sentido de misión y de servicio al bienestar público—. En realidad lo que propició el liberalismo económico fue la concentración de los medios en pocas manos, lo que dificultaba la creación de nuevas empresas informativas por los costos cada vez más elevados. Todo ello se traducía en una verdadera limitación de acceso a los medios, en desmedro de la objetividad y la pluralidad informativa, lo cual constituyó una de las críticas más duras de la Comisión Hutchins.

Lo que buscaba la TRS era conjugar la necesaria autonomía de los medios de comunicación con sus obligaciones hacia la sociedad. Según Denis MacQuail, se querían reconciliar tres principios divergentes: la libertad de expresión, la autonomía y las obligaciones con la sociedad.⁶⁰ Pero frente a esta concepción liberal que oponía la libertad y autonomía a todo sentido de responsabilidad, la Comisión Hutchins defendía que la

⁵⁹ Cfr. B. Rancano (2004), op. cit., p. 197.

⁶⁰ Cfr. Denis MacQuail (1983): *Mass communication theory. An introduction*. Londres, Sage Publications, p. 146, citado por B. Rancano (2004), op. cit., p. 196.

responsabilidad no solo no es un obstáculo sino la auténtica expresión de una libertad positiva. De hecho, la TRS denunció la falta de independencia informativa que había predominado durante las guerras y la subordinación económica por lo oligopolios mediáticos, motivos por los que la prensa de aquel entonces no estaba cumpliendo su función social. Es más, la necesidad de preservar la independencia informativa fue la verdadera motivación para constituir la Comisión Hutchins, como lo expresan las exigencias primera, que pedía un periodismo interpretativo y profundo; segunda, que exigía la pluralidad de ideas, y la quinta, que pedía un acceso completo a las noticias del día así como la transparencia informativa de las instituciones públicas.

Para Kaarle Nordenstreng,⁶¹ el problema a la hora de definir el concepto de responsabilidad fue el contexto bipolar de la Guerra Fría, que impedía lograr acuerdos en la forma de entender los derechos y responsabilidades de los periodistas, y que propiciaba que se mirase con sospecha de influencia soviética toda postura que promoviese algún tipo de intervención estatal así como la expresión “función pública o social” de la prensa.⁶²

Una prueba de la defensa de la autonomía de los medios fue que la Comisión, como ya hemos mencionado, abogaba preferentemente por la vía de la autorregulación, al que dedica todo el capítulo V del documento, que implicaba la toma de conciencia y responsabilidad por estar cumpliendo un servicio público así como la asunción de un espíritu profesional.⁶³ El autocontrol es el deseable más que el control estatal, pues éste siempre conlleva el riesgo de atentar contra la libertad de expresión.

Lo que resulta contradictorio es que la Comisión promueva la autorregulación como el mejor medio para el ejercicio de la responsabilidad de los medios de comunicación pero que a la vez desconfíe de ella, según la lectura que hace Peterson. Que se defienda la independencia de los medios pero que a la vez se contemple la intervención fiscalizadora del Estado para proteger la libertad de expresión, penalizando las restricciones y limitaciones en que las empresas privadas pudieran incurrir. Esta puerta abierta al control estatal refleja la síntesis que hace la TRS de factores autoritarios y liberales, en opinión de Martínez Albertos, y lo que provocó el rechazo de muchos sectores de la prensa.

Pese a todas las lagunas que pudieran encontrarse en la TRS, Peterson consideraba por

⁶¹ Cfr. B. Rancano (2004), op. cit., p. 185.

⁶² Hay que precisar que la expresión “servicio público” que para algunos sugería una concepción totalitarista de la información, según Martínez Albertos (pp. 132-133) la Comisión la utilizaba para referirse al interés general de la información y la función social que cumple debido a ello.

⁶³ Cfr. Th. Peterson (1967), op. cit., p. 92.

aquellos años cincuenta que una teoría libertaria de la prensa pura e incondicional estaba desapareciendo y que se iba hablando cada vez más de las responsabilidades sociales de los medios.

La Comisión Hutchins recibió duras críticas de parte de los profesionales y de las empresas por lo que interpretaron como un tono de enfrentamiento y menosprecio a la labor que ellos desarrollaban, pero hay que reconocer que pusieron sobre la mesa como nunca antes se había hecho el tema de la responsabilidad social de la prensa, el derecho a la información de todo ciudadano y el deber del Estado de facilitar a los medios el acceso a la información. Según Peterson, “nada en la teoría liberal establecía el derecho del público a la información o exigía que el editor asumiera responsabilidades morales”.⁶⁴

II.3. DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN AL DERECHO A LA INFORMACIÓN: DECLARACIÓN UNIVERSAL DE 1948.

La nueva teoría liberal que impulsó Robert Hutchins en 1947 estaba transformando la forma de entender la libertad de expresión. Un año después, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada el 10 de diciembre de 1948, proclamaba que toda persona tiene derecho a la información (investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones), lo cual suponía la superación y sustitución de la antigua idea de libertad de expresión por la de derecho a la información, así como el acta de nacimiento de este derecho.⁶⁵ Carlos Soria se refiere a este hecho como una verdadera revolución jurídica pues se llega a la conclusión histórica de que la información le pertenece al pueblo, de que es un derecho humano y de que la libertad es el único modo de ejercerlo.⁶⁶

II.3.1. El derecho a la información: fundamento de la libertad de expresión.

El punto cinco del documento “Una prensa libre y responsable”, de la Comisión Hutchins, pedía a la prensa que garantizase el acceso total del público a la información y de los periodistas a las fuentes como depositarios de ese derecho. Esto suponía cambiar el

⁶⁴ Cfr. J. L. Martínez Albertos (1981), op. cit., p. 148.

⁶⁵ Cfr. M. Logié en *La définition de l'information donnée par la professeur Clausse et le droit à l'Information*, en *Publics et techniques de la diffusion collective*, Études offertes à Roger Clausse, pp. 169-179; y B. Voyenne (1970): *Droit à l'Information*, París, p. 112., citados por J.M. Desantes Guanter (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*, Madrid, Cuadernos para el diálogo, p. 117.

⁶⁶ Cfr. Carlos Soria (1991b): *La hora de la ética informativa*. Barcelona, Mitre, p. 13.

énfasis en el concepto “libertad de información”, centrado en el emisor, y ponerlo en el de derecho a la información del destinatario, es decir, en el derecho de todo ciudadano.

Este aspecto va también a quedar patente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos con el concepto derecho a la información, que implica el cierre de una época histórica, iniciada con el art. 11 de la declaración revolucionaria francesa de 1789, en la que predominó la idea de la información como una libertad, bajo el concepto de libertad de expresión.⁶⁷

La libertad de expresión lograda en 1789 era concedida por el poder —por tanto, limitable o anulable por el poder— y era la libertad de unas pocas personas: los periodistas y los empresarios de la información. La libertad de expresión se entendía y ejercía como una manifestación individual de la libertad, con el marcado tinte individualista del espíritu ilustrado y liberalista del que nació. Por el contrario, el derecho a la información no es una prerrogativa concedida por la autoridad a unos cuantos privilegiados sino que pertenece a todas las personas; su sujeto es universal. Como ha desarrollado José M^a. Desantes extensamente, la libertad de expresión históricamente se ha considerado como una idea y una conquista política concedida por el poder y dependiente, por tanto, de los flujos y reflujos liberalistas o absolutistas. Contrariamente, la libertad de expresión va unida a un derecho natural que el poder no concede sino que reconoce: el derecho a la información. Esto quiere decir que la libertad es también un derecho natural de la persona, pues procede de ella, y tiene que adaptarse a la naturaleza humana poniéndose al servicio de los derechos esenciales y existenciales de la misma. Separada de la persona y de sus derechos, la libertad aliena; en vez de realizar los derechos de la persona, los destruye. Es por ello también que Desantes afirma que la auténtica posición de la libertad es ser el modo de ejercicio del derecho. Según el jurista, la propia Constitución española lo refleja cuando menciona el “derecho a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones” (art. 20.1) y el derecho “a comunicar o recibir libremente información veraz” (art.20.1.d).⁶⁸

Además, la perspectiva del derecho a la información genera automáticamente un deber en periodistas y empresarios: el de satisfacer el derecho a la información del público. Por

⁶⁷ Cfr. Carlos Soria (1991a) “Derecho a la Información”, en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 343 y ss.

⁶⁸ Cfr. J. M. Desantes et al. (1994): *Derecho de la Información (II)*. Madrid, Colex, p. 24.

ello, a partir de 1948 la libertad informativa la podemos concebir como el modo libre de ejercer el derecho a la información y el deber que le acompaña.⁶⁹

Como dice Carlos Soria, “la libertad adquiere la legitimidad, la fuerza y el carácter natural del derecho a la información”.⁷⁰ Es decir, que la libertad es legítima y justa cuando es para cumplir el derecho a la información del ciudadano y cuando se entiende la información como un deber.

Esta visión contrasta con la postura liberal más extremista, representada entre otros por William Peter Hamilton, editor en 1908 del *Wall Street Journal*, quien afirmaba que “un periódico es una empresa privada que no debe nada al público, que no le concede ninguna franquicia. Por tanto, no le afecta ningún interés público....”.⁷¹ Claramente, es un punto de vista reduccionista del ejercicio de la libertad de expresión, pues solo la entiende desde el emisor, y, como dice el profesor Teodoro González Ballesteros, representaría el liberalismo salvaje del mercado de las ideas que abusa del ejercicio de la libertad de emisión violentando el derecho a recibir información que tiene toda persona, que es lo que justifica en realidad la libertad de expresión: “el ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico que tiene la información”.⁷² La función del medio es solo ser instrumento para que sea efectivo el derecho fundamental a recibir información.

De hecho, los informadores y empresas periodísticas actúan en virtud de un mandato general, social y tácito del público, que es a quien le pertenece la información.⁷³

No obstante, la jurisprudencia informativa ha vivido en una constante contradicción desde 1948 y no se ha podido desligar del todo de la antigua interpretación liberal que no distinguía entre el derecho a comunicar y el derecho a recibir, enfatizando el primero e ignorando, por tanto, al receptor. Se reconocía la libertad de informar pero no la de ser informado. Mientras que el derecho a comunicar tiene su autonomía legal, pues le asisten derechos fundamentales como el secreto profesional, la cláusula de conciencia y el derecho de autor, el derecho a recibir, aunque está reconocido por la jurisprudencia, no dispone de instrumentos jurídicos que lo hagan efectivo en la práctica.⁷⁴

⁶⁹ Cfr. Carlos Soria (1991a): op. cit., p. 344.

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ Theodore Peterson (1967): “La teoría de la responsabilidad social de la prensa”, en Fred S. Siebert y Theodore Peterson, *Tres teorías sobre la prensa*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor, p. 89.

⁷² Teodoro González Ballesteros (2002): “El Derecho del ciudadano a la información veraz”, en AAVV: *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*. Madrid, Consejo Social de la UCM, p. 33.

⁷³ Cfr. Carlos Soria (1991a): op. cit., p. 347.

⁷⁴ Cfr. Teodoro G. Ballesteros (2002): op. cit., p. 39.

Como síntesis podemos afirmar que el concepto de derecho de la información constituye la superación de la idea de libertad de expresión y la comprensión plena de ésta, pues así como no se puede hablar de derecho eficaz si no se lo puede ejercer libremente, no es posible hablar de libertad si, como derecho subjetivo o modo de ejercer cualquier derecho, no se ejercita con arreglo al derecho al que sirve de base.⁷⁵ Dicho de otro modo, al igual que la actividad informativa exige la máxima libertad, lo que descarta toda censura o modo de restringir la libertad informativa, hay que aceptar la responsabilidad que conlleva la repercusión pública de esa libertad y el deber de informar, contenidos ambos en el derecho a la información.⁷⁶ De esta forma, vemos cómo en el concepto de derecho a la información se recapitulan los diversos matices de la relación entre libertad y responsabilidad de la prensa y cómo nos conduce a la necesidad del autocontrol, por ser la mejor forma de garantizar la libertad informativa, no de limitarla.⁷⁷

II.3.2. La libertad de expresión ‘positiva’: en función de la verdad y el bien común.

El sentido extremista de libertad sin restricciones y sin dar cuentas a nadie, centrada en el derecho del emisor, se sustentaba en un concepto negativo de libertad. Desde la nueva visión del derecho a la información, la libertad de expresión hay que entenderla de forma positiva como “libertad para” pues está ordenada a satisfacer la necesidad de verdad del público. En este sentido, Hutchins concebía la libertad de prensa como libertad de hacer el bien.⁷⁸

Si nos remitimos a la constitución moral de la persona, vemos que la libertad siempre es positiva, porque la tenemos para realizar algo. Consta de una dimensión estructural: el carácter constitutivamente libre y moral de la persona y de sus actos, y de la dimensión del contenido: la bondad o maldad, moralidad o inmoralidad de dichos actos. La libertad no es indeterminación a actuar en un sentido o en otro sino que es la capacidad de darle un contenido y una dirección realmente moral a nuestra libertad. Y decimos un contenido moral porque la libertad de hacer el mal no puede considerarse libertad en sentido estricto sino una deformación o degradación de la libertad, aunque parta de ese carácter constitutivamente libre que tenemos. En nuestro caso, la libertad de expresión está al

⁷⁵ Cfr. J.M. Desantes (1994): op. cit., p. 25.

⁷⁶ Cfr. J.I. Bel Mallen (1992): “La responsabilidad jurídico-informativa del sujeto profesional”, en J.I. Bel Mallen et al.: *Derecho de la Información* (I). Madrid, Colex, p. 201.

⁷⁷ Según expresó Francisco Tomás y Valiente siendo presidente del Tribunal Constitucional español, citado por J.I. Bel Mallen (1992): op. cit., p. 296.

⁷⁸ Cfr. Merrill (2000): op. cit., p. 9 (cap. 1).

servicio de la verdad y de la persona humana y solo en este marco tiene sentido y cabe ser exigida. Corroborando esta idea, Walter Lippmann creía que la libertad de la prensa era un concepto válido solo cuando servía para descubrir la verdad.⁷⁹

En cuanto a la relación de la libertad de expresión con la verdad, la constitución española es uno de los pocos textos que lo menciona explícitamente juntamente con la libertad de expresión al reconocer y proteger en el art. 20, 1 d) el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz. Aunque en el apartado anterior, al hablar del derecho a la información estaba implícito el derecho a la verdad, cabe explicitarlo ahora.

Así pues, se puede afirmar que hablar del derecho a la información es hablar del derecho a la verdad. El Decreto *Inter Mirifica* (1963) del Concilio Vaticano II lo expresa con mucha claridad cuando expresa que el derecho a la información exige que ésta “sea siempre objetivamente verdadera”.⁸⁰ Igualmente, Desantes afirma que el derecho a la información, entendido como derecho a la noticia, exige “aquella cualidad que requería la noticia para ser tal y no ser corrupción de la noticia: la verdad.”⁸¹

Por otro lado, hay que sustituir un concepto de libertad entendida individualmente, que sacraliza la autonomía del sujeto y que significa ausencia de constricciones estatales, por el concepto de libertad positiva que la entiende de modo colectivo y social porque lo que persigue y a la vez la fundamenta es el servicio al bien común.⁸² La información ya no sirve a una persona, el periodista o el propietario del medio, ni supone el ejercicio individual de la libertad de prensa frente al Estado, sino que sirve a los intereses públicos.⁸³

Como explica de un modo claro y sencillo Guido Gatti, los medios de comunicación realizan una forma esencial de bien común para la sociedad actual pues la información se ha convertido en un bien no solo para los individuos sino para la convivencia social y para una auténtica democracia.⁸⁴ Es este cariz de bien para la vida en sociedad lo que incluso legitima la libertad de expresión. Y ese servicio a la comunidad no puede ser de cualquier manera sino el servicio a las necesidades reales de la misma, un servicio a su verdadero bien. Esto implica distinguir las necesidades de la gente de lo que pide la gente, es decir,

⁷⁹ Cfr. Merrill (2000): p. 38 (cap. 4).

⁸⁰ Citado por Guido Grooscors (1997): *Ética en la comunidad iberoamericana*. Madrid, Editorial Comunica, p. 113.

⁸¹ En J.M. Desantes Guanter (1974): *La información como derecho*. Madrid, Editora Nacional, p. 51.

⁸² Cfr. José Luis del Hierro Aguazas (1991) “Libertad de prensa”, en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, p. 854.

⁸³ Cfr. José Luis del Hierro (1991): op. cit., p. 862 y ss.

⁸⁴ Cfr. Guido Gatti (1997) *Ética de las profesiones formativas*: Bogotá, San Pablo, pp. 152 y 153.

unir el bien común a la verdad de lo que constituye una auténtica necesidad de las personas.

Por otro lado, una libertad de expresión positiva implica pasar del énfasis en el “cómo de la información”, es decir, en el modo de obtener las noticias y en los obstáculos que hay que salvar para ello, al énfasis en el “qué de la información”, en la importancia de la elección de contenidos para saber la verdad de lo que está pasando. En este segundo aspecto es donde, a nuestro entender, reside lo más característico de la profesión periodística y la grandeza de la misma, pues implica no solo el hecho de informar sino tener un criterio para la interpretación veraz y adecuada de la actualidad, desde una auténtica conciencia de servicio social.⁸⁵

II.3.3. El derecho a la información como función pública y social.

El derecho a la información, lejos de ser una libertad ejercida a título individual y prerrogativa de unos pocos, hemos visto que es un deber para con todo ciudadano. La razón es que es un acto de justicia informativa en el que se da aquello a lo que todos tenemos derecho.⁸⁶

En este sentido, la información cumple una importante función pública, independientemente de que sus agentes sean públicos o privados. Nadie, por tanto, debería invocar el derecho a la información si no es para verificar el derecho de los demás. Esta visión de la información dista mucho de aquella concepción de la empresa informativa “que no le debe nada al público”, pues es justamente el derecho del público a la información el que justifica el quehacer de la empresa periodística y de los periodistas.

Este sentido público de la información se enmarca históricamente en la quiebra del modelo de Estado liberal y su transformación en Estado social, unido a la evolución de la prensa en medios de comunicación social. Esto supuso el cambio de la noción de libertad de prensa individual por una libertad institucional, en la que la información cumple una función pública de carácter social, pues es imprescindible para el funcionamiento del sistema democrático e incluso garante de su supervivencia. De este modo, el derecho a la

⁸⁵ Cfr. Javier Fernández del Moral (2002): “Deontología, función y valoración sociales y responsabilidad de los profesionales de la información y la comunicación”, en AAVV: *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*, Consejo Social de la UCM, p. 17.

⁸⁶ Cfr. Carlos Soria (1991a), op. cit., p. 346.

información es el soporte de otras libertades, trascendiendo su significado, y convirtiéndose en libertad preferente sobre las otras libertades públicas.⁸⁷

Por otro lado, la información es un elemento indispensable para la formación de la comunidad. Las personas necesitamos la información porque ésta nos provee de hechos, ideas y opiniones que nos hacen conocer la realidad y posibilitan la toma de decisiones prudentiales; nos inducen a obrar lo correcto y propagarlo a los demás, así como nos ayudan a pensar y a formular nuestras propias opiniones.⁸⁸

Enfatizando todavía más, Carlos Soria relaciona la guerra con la manipulación de las conciencias generada en parte por la ausencia de información, y afirma que la historia —especialmente la segunda guerra mundial— ha demostrado que la información se ha convertido en un elemento esencial para la paz y para la construcción de las sociedades humanas.⁸⁹ De ahí que comunicación y comunidad sean realidades interdependientes.

En las sociedades democráticas se hace todavía más palpable el papel de la información, pues ésta se convierte en un elemento esencial para hacer eficaz y real la participación del pueblo en las elecciones periódicas y en todos los mecanismos que articulan un gobierno democrático.⁹⁰ Es más, el contenido esencial del derecho a la información, para autores como González Ballesteros, es justamente el desarrollo participativo y constitucional de la persona, además de la formación de la opinión pública.

La función social de la información es para Fernández del Moral⁹¹ un elemento fundamental para que una ocupación sea considerada profesión cuando afirma que el sentido de servicio y el altruismo son la clave para una auténtica labor periodística y para que se pueda hablar de responsabilidad y de deontología. Además, es por la transcendencia social de la información que podemos afirmar que el derecho a la información está al servicio del bien común.

Por otra parte, la noción de información como bien social es justo la contraria de la noción de información como mercancía en la que se basó el modelo de desarrollo capitalista tan combatido por el NOMIC.⁹²

⁸⁷ Cfr. José Luis del Hierro (1991), op. cit., p. 862 y ss.

⁸⁸ Cfr. Carlos Soria (1991a), op. cit., p. 347.

⁸⁹ *Ibidem*, p. 343.

⁹⁰ Cfr. Teodoro González Ballesteros (2002): op. cit., p. 37. Para un análisis amplio de la relación entre participación e información véase J. M. Desantes Guanter (1974): *La información como derecho*. Madrid, Editora Nacional, pp. 28-32.

⁹¹ Cfr. J. Fernández del Moral (2002): op. cit., p. 16.

⁹² Cfr. J. Baldivia et al. (1981): *La formación de lo periodistas en América Latina*. México D.F., Editorial Nueva Imagen, p. 9.

II.3.4. Límites del derecho a la información.

De todo lo anterior, sacamos la conclusión de que los límites del derecho a la información se encuentran inscritos en la misma naturaleza de este derecho, consistente en la información veraz a la que toda persona tiene derecho y en el servicio al bien común. Por ello, cuando empleamos nuestra libertad para difamar, mentir, tergiversar la verdad o para encender odios, no tenemos ningún derecho a la libertad de expresión. Quien no asume el deber con su conciencia de expresar la verdad y de buscar el bien común tampoco puede reclamar el derecho de libre expresión.

La UNESCO manifiesta que en la Declaración Universal del 1948 se recoge la concepción de Montesquieu sobre el límite de las libertades, enunciado por primera vez en la Declaración Francesa de 1789 que contemplaba la limitación por ley de la libertad de expresión, frente a la concepción de libertad absoluta proclamada por la Primera Enmienda americana (1791).⁹³

Por su parte, Carlos Soria afirma que los límites al derecho a la información hay que encontrarlos, no en la ley positiva, sino en la finalidad, estructura y objeto propio de este derecho, y en la coordinación con los otros derechos humanos. La finalidad es formar al hombre en su dimensión social para construir la comunidad, teniendo en cuenta que los mensajes tienen que poseer sus elementos esenciales: la verdad, en la comunicación de hechos; el bien, en la comunicación ideológica; y el criterio, en la comunicación de juicios u opiniones. La estructura son las tres facultades que contiene el derecho, esto es, a investigar, difundir y recibir. Toda persona, como titular del derecho a la información, es titular de todo el derecho, es decir, con sus tres facultades. Y el objeto, la información de ámbito público, que tiene sus límites en otros derechos humanos que prevalecen sobre el derecho a la información: los derechos de personalidad (vida, honor, intimidad) y los que defienden el interés común (la paz).⁹⁴

Para la jurisprudencia constitucional española, sin embargo, el derecho a la información prevalece sobre los otros derechos fundamentales porque es condición de posibilidad de éstos: la dignidad de la persona, libertad ideológica, libertad de expresión, derecho de sufragio y derecho a la educación. Hay cuatro límites a las libertades de expresión-información, que son los derechos de personalidad (honor, intimidad y propia imagen) y la protección de la infancia y la juventud, pero si la libertad es ejercida

⁹³ Cfr. Henri Pigeat, Jean Huteau (2000): op. cit., p. 26.

⁹⁴ Cfr. Carlos Soria (1991a), op. cit., p. 345 y 348.

legítimamente o si se trata de noticias de interés público, la libertad de expresión-información prevalecerá.⁹⁵

En esta misma línea se expresa José Luis del Hierro para quien los derechos de personalidad no tienen una protección superior pues los intereses de la persona no pueden sobreponerse a los de carácter colectivo. La libertad de información es un derecho preferente con un núcleo resistente y constitucionalmente indeclinable como es el interés público y la veracidad.⁹⁶

II.4. PRESENCIA DEL SENTIDO DE RESPONSABILIDAD Y DEL DEBER DE INFORMAR EN LOS DOCUMENTOS DEONTOLÓGICOS TRANSNACIONALES DESPUÉS DE 1947.

En este apartado vamos a analizar la presencia y la importancia concedida a la responsabilidad de la prensa en los documentos deontológicos transnacionales posteriores a 1947 para constatar la influencia de la teoría de la responsabilidad social y del espíritu de la Declaración Universal de 1948 a la hora de concebir la libertad de expresión y la misión de los medios de comunicación y de los periodistas.

Aunque para autores como John Merrill la teoría de la responsabilidad social tuvo un efecto muy pasajero y pasados unos pocos años de su publicación el informe cayó en el olvido,⁹⁷ hay que reconocer que la Comisión Hutchins puso sobre el tapete el debate acerca de la responsabilidad de la prensa y el derecho a la información de todo ciudadano. El mismo Merrill sostiene que en Estados Unidos hasta 1947 los medios de comunicación se rigieron por la Primera Enmienda y después de 1950 centraron su atención en la responsabilidad, pues la Comisión Hutchins empujó a los periodistas a apartarse de la doctrina liberal y a pensar de manera social o comunitaria.⁹⁸

Como vamos a ver, la influencia del Informe Hutchins y la preocupación creciente por la responsabilidad es evidente en la abundante deontología desarrollada durante los años 50's y 60's por los distintos organismos internacionales como la ONU, UNESCO (con su proyecto de Código de Honor iniciado en 1950), Federación Internacional de Periodistas (con la "Declaración de los deberes del periodista" de 1954), Organización Internacional de Periodistas (con su código de 1954), Instituto de la Prensa Internacional (fundado en

⁹⁵ Cfr. David Ortega, op. cit., p. 38 y ss.

⁹⁶ Cfr. José Luis del Hierro (1991), op. cit., p. 869.

⁹⁷ Cfr. J. Merrill (1974): *The imperative of freedom. A philosophy of journalistic autonomy*. Nueva York, Communications, Arts Books, p. 213.

⁹⁸ Cfr. J. Merrill (2000), op. cit., pp. 8 y 9.

1950), Consejo de Europa (con el Convenio de Salvaguarda de los derechos humanos y libertades fundamentales, en 1950), la Conferencia Interamericana de Prensa (1950) o el Consejo de Prensa Británico (nacido en 1952). A ello hay que sumar la actividad que realizarían en aquellos años los gremios periodísticos de muchos países y la preocupación por la formación periodística.⁹⁹

Jesús González Bedoya también afirma que la proliferación de códigos tras la segunda guerra mundial se debe al auge de la doctrina de la responsabilidad social, que provoca una progresiva toma de conciencia en los informadores, aunque también esté presente el temor al heterocontrol por parte del Estado y de las mismas empresas informativas.¹⁰⁰

Un hecho ilustrativo de este énfasis en la responsabilidad es que la UNESCO, ya en 1948, en la Conferencia sobre libertad de información, emitió el documento “Declaración de los derechos, obligaciones y prácticas a incluirse en el concepto de información”, cuyo mismo título denotaba el espíritu que lo movía. Así lo cree Niceto Blázquez, para quien este texto es taxativo al afirmar que la libertad de expresión implica la obligación moral de decir la verdad sin prejuicios y que la libertad de información responsable no se puede concebir sin algún tipo de restricciones.¹⁰¹

II.4.1. De 1948 a 1971: iniciativas de la ONU, de la FIP y de la Comunidad Europea.

Como ya hemos visto anteriormente, nada más acabada la segunda guerra mundial Naciones Unidas analiza la libertad de expresión y manifiesta en la resolución 59 de la Asamblea General de 1946:

La libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas (...). La libertad de información requiere, como elemento indispensable, la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios.

Apreciamos aquí la convicción de que la libertad de expresión no es absoluta y se puede caer en el abuso de ella, por lo que se hace necesario establecer unos límites justos a su ejercicio.

Dos años después, una subcomisión especial de la Conferencia sobre la Libertad de Información, reunida en Ginebra en marzo de 1948, aprueba el documento “Declaración

⁹⁹ Cfr. B. Rancaño (2004), op. cit, p. 209 y ss.

¹⁰⁰ Cfr. J. G. Bedoya (1987), p. 131.

¹⁰¹ Cfr. N. Blázquez (2002), op. cit., p. 166.

sobre los derechos, obligaciones y prácticas a incluirse en el concepto de información”, que, como ya hemos comentado, expresó de forma rotunda el deber de los periodistas:

El derecho a la libertad de expresión... impone a todos los que lo disfrutan la obligación moral de decir la verdad sin prejuicio alguno y de divulgar lo que saben sin intenciones maliciosas. (...)

Movida por la necesidad de un código internacional de periodistas, la ONU crea una Subcomisión para la Libertad de Información y de Prensa, que de 1950 a 1952 realiza un proyecto de código de honor. El espíritu de éste se vería reflejado más tarde en los Principios Internacionales de la UNESCO. Dicho código de honor en su preámbulo decía:

La libertad de información y de prensa es un derecho fundamental del hombre y la piedra angular de todas las libertades contenidas en la Carta de las Naciones Unidas (...). Esta libertad será mejor salvaguardada mediante un esfuerzo sostenido de voluntad por parte del personal de prensa e información (...) que no dejará jamás ceder el sentimiento de su responsabilidad y penetrará siempre profundamente en la obligación moral que le incumbe de ser veraz...¹⁰².

Ya en este párrafo introductorio se aprecia el tono e intención del documento que es invitar a una elevada conciencia de responsabilidad y a entender la profesión periodística como sumamente trascendente para la salud moral de la sociedad, por la ineludible obligación ética de “ser veraz y de aspirar a la verdad”.

Sobre la base de este proyecto de la ONU y de los diversos códigos propuestos por las organizaciones nacionales de periodistas afiliadas a la Federación Internacional de Periodistas (FIP), ésta aprobó su “Declaración de los deberes de los periodistas” en 1954, vigente hasta 1986, cuando fue reformado.¹⁰³ El espíritu latente de la ONU, al que nos hemos referido, lo podemos entrever, pese a lo escueto del documento, en la jerarquización de los artículos. El primero es el relativo al respeto de la verdad y el segundo, a la defensa de la libertad de información. En este detalle es evidente el énfasis concedido a la conciencia de responsabilidad y a la veracidad, y se puede interpretar que ellas son la razón de ser de la profesión periodística.

Casi veinte años más tarde, en el seno de la Comunidad Europea, a la que se sumaron Austria y Suiza, los sindicatos de periodistas vieron la necesidad de consensuar otro texto deontológico que tuvo el mérito de ser aceptado tanto por la FIP como por la Organización Internacional de Periodistas (OIJ), a la que pertenecían los países alineados a la entonces URSS. Era la Carta de Munich de 1971.

¹⁰² Cfr. Juan Antonio Prieto: “Código de la Federación Internacional de Periodistas”, en Bonete Perales (coord.), op. cit, p. 221.

¹⁰³ Ibídem, pp. 215-231.

Aparte del consenso que logró en un contexto internacional dividido en dos bloques, un aporte importante de la Carta de Munich es que por primera vez en un código ético se especificaban no solo los deberes sino también los derechos de los periodistas. En esta doble clasificación vamos a encontrar también la primacía del sentido de responsabilidad pues ya en el preámbulo los deberes constan antes que los derechos. Por ejemplo, en el tercer párrafo del preámbulo se expresa claramente la existencia de límites en la misión de informar y que éstos se los deben autoimponer espontáneamente los periodistas y en el cuarto párrafo se afirma la necesidad de unas condiciones de dignidad e independencia para cumplir esos deberes, condiciones que se constituyen en los derechos de todo periodista.

En 1986, con las aportaciones de la Carta de Munich y las de otras organizaciones, la FIP modificó su código ético. En él se ratifica y enfatiza “el deber primordial del periodista” que es respetar la verdad y el derecho del público a conocerla.

Lo que es un hecho en esta etapa, especialmente en los 50 y 60, es la aparición de códigos éticos y su generalización más allá de EEUU y Europa, cosa que hasta antes de la segunda guerra mundial era un fenómeno minoritario, desconocido para la opinión pública occidental e incluso para los periodistas.¹⁰⁴ Fue solo al final de conflicto cuando se produjo en el seno de los medios una conciencia generalizada de la importancia que iba a tener la información a la hora de influir en los hechos sociales, a lo cual contribuyó el proceso descolonizador de mitad de siglo y la tensión de la guerra fría. De hecho, es a partir de este momento cuando se produce un punto de inflexión en el periodismo y se ve la necesidad de un periodismo no netamente informativo sino interpretativo, que profundice en las causas y consecuencias de los acontecimientos, que ayude al público a formarse una opinión más exacta y real de los hechos. Esta conciencia de la responsabilidad tan grande que tienen los medios sobre sus hombros es lo que también impulsa la creación de códigos.

No obstante, no hay que desconocer que en ese contexto bipolar los códigos también eran buenas armas propagandísticas para reforzar la identidad cultural y política de los estados nacientes.

¹⁰⁴ Hugo Aznar (1999a): *Comunicación responsable*. Barcelona, Ariel, p. 20.

II.4.2. Años 70 y 80: la UNESCO y el Nuevo Orden Mundial de la Información.

Un hecho que va a suponer otro hito importante desde el punto de vista deontológico es el debate que se genera en los años 70's sobre un nuevo orden mundial de la información y la comunicación (NOMIC),¹⁰⁵ liderado por el movimiento de países no alineados y por la UNESCO, en el contexto sociopolítico de la descolonización de muchos territorios y de la emergencia del concepto y la realidad de lo que se denominó el Tercer Mundo. Una vez más, era patente el papel preponderante de la información para la reducción de los desequilibrios sociales, culturales y económicos.¹⁰⁶

En este marco, los estudios y documentos de la UNESCO van a reflejar la preocupación por la reflexión ética y por el sentido de responsabilidad en los medios de comunicación, como lo demuestran las Conferencias Generales de este organismo realizadas en 1972 y 1974 y la constitución en 1977 de la Comisión sobre Problemas de la Comunicación, presidida por Sean MacBride.

Una institución que se va a unir a la preocupación de la UNESCO va a ser la Iglesia. En 1972, la Unión Católica Internacional de la Prensa (UCIP) envió un mensaje a la 17ª. Conferencia General de la UNESCO, donde se sentaron los lineamientos para futuros códigos nacionales y se decidió hacer un estudio mundial sobre los códigos de ética periodística, y la UCIP apoyó la necesidad de un código internacional de ética, ofreciéndose a contribuir en la elaboración de los principios generales de dicho documento.¹⁰⁷

El 8 de noviembre de 1978 la UNESCO, en su 20ª. Conferencia General celebrada en París, aprueba la “Declaración sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación al fortalecimiento de la paz y la comprensión

¹⁰⁵ Esta expresión tiene un doble origen. Por un lado, refleja los debates de la Cuarta Conferencia de Jefes de Estado y de Gobierno de los Países No Alineados (Argel, 1973), en el Simposio sobre Políticas de Comunicación de los Países No Alineados (Túnez, 1976) y en la Primera Conferencia de Ministros de Información de los Países no Alineados (1976), que aprobó una declaración a favor de “un nuevo orden mundial de la comunicación”, ratificada semanas más tarde por la Conferencia de los Países No Alineados. (Cfr. Sean MacBride, 1980, FCE/UNESCO, p. 79, y Abraham Santibáñez, “Del Informe MacBride al Blog: el magnífico desorden informativo internacional del siglo XXI”, en *Información Pública*, Vol. III, n. 2, 2005, Santiago de Chile, p. 281). Por otro lado, refleja toda la labor de la UNESCO, desde la 16ª. Conferencia General de 1970, pasando por la Declaración de Costa Rica (julio de 1976) y la constitución de la Comisión MacBride en 1977, hasta la Declaración aprobada por la 20ª. Conferencia General (París, 1978) que menciona “un nuevo orden mundial de la información y comunicación más justo y más eficaz”. Finalmente, el Informe MacBride (México/París, 1980) utiliza, por concisión, la expresión “un nuevo orden mundial de la información y la comunicación”. (Cfr. S. MacBride, op cit., pp. 81-82).

¹⁰⁶ Cfr. B. Rancaño (2004): op. cit., 266 y ss.

¹⁰⁷ Cfr. P. Barroso (1991) “Códigos Deontológicos de los medios de comunicación” en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, p. 205.

internacional, a la promoción de los derechos humanos y a la lucha contra el racismo, el *apartheid* y la incitación a la guerra” que refleja el objetivo constante del organismo en esa década cual era combatir la subordinación y dependencia de los países en desarrollo con respecto a los industrializados. Junto a ello, iba el fomento de la deontología y la promoción del derecho a recibir, informar y acceder a la información, así como la circulación libre y equilibrada de la misma. Textualmente, su artículo II declara:

*El ejercicio de la libertad de opinión, de la libertad de expresión y de la libertad de información, reconocido como parte integrante de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, constituye un factor esencial del fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional.*¹⁰⁸

Previamente a esta declaración ya ha surgido el Informe Geyer en 1975,¹⁰⁹ estudio de la Federación Internacional de Periodistas sobre los códigos en la prensa internacional que presentó a la UNESCO su autor, François Geyer, quien en una de sus conclusiones expresa la necesidad de reglas de comportamiento para el ejercicio de la profesión que eviten el abuso de la libertad de expresión, pues ésta tiene unos límites mínimos impuestos por la ley y la libertad de los demás.¹¹⁰

Otro documento surgido del ámbito de la UNESCO es el Informe Jones¹¹¹ de 1980, que también es un análisis de los códigos deontológicos del mundo, y que propone la redacción de un código internacional de la UNESCO. Uno de sus aportes fundamentales es exigir un grado extremo de responsabilidad profesional, a la vista de la situación mundial de los medios y de la deontología. Para ello, habrá que evitar el exceso de generalización y la imprecisión de que adolecen muchos códigos y será necesario contemplar en el nuevo código sanciones y medidas eficaces para lograr un ejercicio ético de la profesión, además de instituir una autoridad que vele por su aplicación.¹¹²

Este mismo énfasis en la responsabilidad de los medios va a ser el distintivo del Informe MacBride, el documento elaborado por la Comisión Internacional sobre Problemas de la Comunicación que conformó la UNESCO en diciembre de 1977 por mandato de su 19ª. Conferencia General reunida en Nairobi en octubre de 1976, y que fue publicado en 1980 con el nombre “Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e

¹⁰⁸ Cfr. Sean Macbride (1980): *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*; Fondo de Cultura Económica, México; UNESCO, París, p. 74.

¹⁰⁹ François Geyer (1975): *Les codes déontologiques dans la Presse Internationale*. Lausana, FIP.

¹¹⁰ En Niceto Blázquez (1994), *Ética y medios de comunicación*, Madrid, BAC, pp. 133 y ss.

¹¹¹ Clement J. Jones (1981): *Déontologie de l'information. Codes et conseils de presse*, París.

¹¹² Cfr. Niceto Blázquez (1994), op. cit., p. 140.

información en nuestro tiempo”.¹¹³ Aparte de evidenciar el antagonismo entre la postura de los países occidentales, especialmente de EEUU, que sentían amenazado el mundo libre, y la de los Países No Alineados y los socialistas, en dicho documento queda claro cómo la libertad y la responsabilidad son indisociables, de modo que sin ésta la libertad puede desembocar en todo tipo de abusos, pues “toda persona que actúa sin responsabilidad debilita su pretensión a la libertad”.¹¹⁴ Por ello, consideraba necesario elevar la calidad de las normas de conducta de los periodistas a través de unos códigos deontológicos realmente pertinentes, para lo cual la Comisión MacBride propone como referencia importante la Declaración de la UNESCO de 1978.¹¹⁵

La Comisión sostuvo que los periodistas asumen una responsabilidad no solo con sus propias convicciones sino también con el público, por lo que distinguió cuatro tipos de responsabilidades: la contractual, con los órganos de información y en función de su estructura interna; la social, con la opinión pública y la sociedad; jurídica, con respecto a la ley; y una responsabilidad con la comunidad internacional y con el respeto a los valores universales.¹¹⁶

Hay que mencionar un aporte significativo de uno de los miembros de la Comisión MacBride como fue el yugoslavo Bogdan Osolnik, periodista, político y miembro de la Asamblea Nacional, quien elaboró el documento “*Ethique professionnelle dans la communication de masse*” (Ética profesional en la comunicación de masas).¹¹⁷ Osolnik hizo hincapié en que actualmente asistimos a una alienación de los medios con respecto al individuo y a sus auténticas necesidades culturales y políticas, pues mientras que los medios influyen mucho en la vida de las personas éstas no tienen prácticamente ninguna vía para influir en ellos. A esta influencia individual hay que unir la enorme repercusión social de los medios, pues de ellos depende buscar y difundir la verdad para que exista una opinión pública libre y responsable y para que puedan ejercerse los derechos humanos y las relaciones democráticas.¹¹⁸ De aquí se desprende, según Osolnik, la delicada e importante misión social del periodista así como la necesidad de códigos éticos que promuevan un ejercicio responsable y voluntario de la libertad, partiendo de que el ámbito de la ética es mucho más amplio que el del derecho. También comentó la necesidad de un código

¹¹³ Ibídem, p. 144 y ss.

¹¹⁴ Cfr. S. MacBride (1980), op. cit., p. 409.

¹¹⁵ Ibídem, p. 420.

¹¹⁶ Ibídem, p. 414.

¹¹⁷ Ibídem, p. 494.

¹¹⁸ Cfr. N. Blázquez (2002), pp. 180-183.

internacional de ética profesional que respondiese a los retos del nuevo orden mundial de la información.

Un fruto de los debates y del espíritu de la época lo podríamos considerar el Código de Ética Periodística de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), aprobado en 1979, que evidencia la factibilidad de realizar códigos supranacionales, contrariamente a las posturas predominantes en las discusiones de la Comisión MacBride, que, frente a las recomendaciones de la ONU y de la UNESCO, se mostraban muy escépticas de poder consensuar un texto deontológico en un contexto mundial tan dividido. Aunque ya nos detendremos en él en el próximo capítulo, lo mencionamos por la clara influencia que tuvo en los Principios Internacionales de la UNESCO de 1983, especialmente por el tono político y el compromiso que, en este sentido, se le pedía al periodista.¹¹⁹

En este mismo sentido, es destacable la influencia latinoamericana en el Informe MacBride, según el académico y diplomático chileno Fernando Reyes Matta, quien trabajó muy estrechamente con Juan Somavía, el miembro chileno de la Comisión MacBride:

Como lo reconoce en la introducción del libro Sean MacBride, hubo una fuerte presencia latinoamericana en darle fundamento a lo que fue el Informe. De hecho, algunas investigaciones de CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, como aquella realizada sobre dos semanas de prensa latinoamericana en 1964, habían señalado por dónde debían encaminarse los estudios y cuánto faltaba por hacer.¹²⁰

Mencionamos también otra iniciativa de la UNESCO, dentro de las varias consultas y reuniones que realizó de cara a preparar el código internacional, y es la realizada en 1980 en México cuando estaba reunida la Asamblea General de la Asociación Internacional para el Estudio e Investigación de la Información (AIERI), de cuya reunión surgió la llamada “Declaración de México”.¹²¹

El preámbulo de los Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo de la UNESCO ya plantea el enfoque deontológico que lo sustenta:

Subrayando el papel cada vez más importante que juegan la información y la comunicación en el mundo contemporáneo, tanto a nivel nacional como internacional, y la responsabilidad social creciente que reposa sobre los medios de comunicación y los periodistas; (...)¹²²

¹¹⁹ Cfr. Niceto Blázquez (1994), p. 239.

¹²⁰ Fernando Reyes Matta (2005): “Anticipaciones y propuestas en el Informe MacBride”, en Información Pública, Vol. III, # 2, Escuela de Periodismo-Universidad Santo Tomás, nov. 2005, Santiago de Chile, p. 286.

¹²¹ Cfr. P. Barroso (1991): “Códigos Deontológicos de los medios de comunicación” en A. Benito (coord.), op. cit., p. 204.

¹²² En Ernesto Villanueva: *Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, Universidad Iberoamericana, México, 1999, pp. 31-34.

De hecho, la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador, manifiesta que los Principios de Ética Internacional son promovidos por la OIP.¹²³

El texto expresa que a medida que ha ido aumentando la importancia de los medios de comunicación, de igual modo lo ha hecho su responsabilidad, es decir, el alcance ético de sus acciones, en lo cual apreciamos la influencia de los informes previos que la UNESCO había solicitado. Esta conciencia de responsabilidad está muy explícita sobre todo en el principio tercero:

La responsabilidad social del periodista: En el periodismo la información se entiende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, teniendo en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista requiere que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia.

El sentido de responsabilidad se fundamenta en una visión del periodismo como un servicio público y de la información como un bien social, al contrario de la postural liberal que pone énfasis en los derechos y libertades del periodista, como lo demuestra la cita ya mencionada de William Meter Hamilton: “un periódico es una empresa privada que no debe nada al público, que no le concede ninguna franquicia. Por tanto, no le afecta ningún interés público....”.¹²⁴ Del mismo modo, el Informe MacBride recordaba que la condición de servicio público de los medios es lo que justifica su razón de ser y lo que exige de ellos un elevado sentido de responsabilidad moral.¹²⁵

Como crítica al código de la UNESCO, valga mencionar el punto de vista de Niceto Blázquez,¹²⁶ para quien el texto es pobre deontológicamente, comparado con los textos éticos de su tiempo, y desfasado, porque el contexto en el que se elaboró (años 80's) no tiene nada que ver con el actual, caracterizado por la caída del comunismo, por el acelerado desarrollo científico-técnico y por la mentalidad posmodernista. Además, es un documento con una gran carga política, como todo documento inspirado en la filosofía de la ONU, realizado desde la visión de los países del Tercer Mundo y con una acusada preocupación por la paz mundial.

Blázquez destaca como positivo el hecho de que a pesar de que el documento promueve una mentalidad liberal e independiente respecto de las autoridades públicas,

¹²³ Rodrigo Santillán, *Código de Ética del Periodista*, Quito, Ediciones Culturales UNP S.A., s/f, sin numeración.

¹²⁴ Peterson et al. (1967).

¹²⁵ En el Informe MacBride, citado por Blázquez (1994), op. cit., p. 144.

¹²⁶ Cfr. Niceto Blázquez (1994), op. cit., pp. 169 y ss.

busca un compromiso del periodista con los valores universales del humanismo, expresados en conceptos nada relativos como paz, guerra, democracia, tiranía, liberación nacional, opresión, que tienen un significado muy específico en la legislación internacional y se fundamentan en la naturaleza humana, que es invariable.

En definitiva, los principios de la UNESCO entienden el periodismo como una profesión socialmente responsable y comprometida, partiendo de un presupuesto muy claro: la total complementariedad entre libertad de información y los deberes-responsabilidades de los periodistas. Frente a la confrontación histórica entre estos dos aspectos, vemos cómo en todos los documentos y códigos que se han sucedido en este período de los 70 y 80, amparados por la UNESCO, el hilo conductor ha sido justamente la compatibilidad entre la libertad de información y la ética profesional.¹²⁷ Osolnik expresa muy claramente al respecto que no solo no hay tal contradicción sino que al concienciar a los profesionales de la alta responsabilidad social que tienen es como se les ayuda a ejercer plenamente la libertad de información.¹²⁸

Además del claro protagonismo ejercido en este período por la UNESCO, hay que destacar que durante los años 80 proliferaron los códigos internos de cada medio y que para mediados de esa década la mayoría de países y todos los organismos internacionales contaban ya con códigos éticos. A pesar de ello, la deontología periodística era todavía un fenómeno poco conocido entre los mismos profesionales y entre el público.¹²⁹

II.4.3. Años 90: Código Europeo y eclosión de códigos en Europa.

Los años 90 se caracterizan por la eclosión de nuevos códigos o por la actualización de muchos de ellos, especialmente en Europa. Desde ahí, la onda expansiva de creación y renovación de códigos se extiende por todo el mundo, como ocurre en Latinoamérica, y concretamente en los países andinos, lo cual veremos en el capítulo III.

El auge deontológico europeo se debió, por un lado, a que el cambio en los países del este, a raíz de la caída del Muro de Berlín en 1989, favoreció que las organizaciones periodísticas elaborasen códigos acordes a las nuevas circunstancias. Por otro lado, en el resto de Europa un detonante fue la situación económica por la creciente presión del mercado, las nuevas tecnologías y su poder de transformar la sociedad, todo lo cual afectó

¹²⁷ Cfr. N. Blázquez (2002), p. 185 y ss.

¹²⁸ En “La ética profesional de la comunicación de masas”, citado por Sean MacBride (1980), p. 416.

¹²⁹ Cfr. H. Aznar (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona, Paidós, p. 39 y Aznar (1999): *Comunicación responsable*. Barcelona, Paidós.

especialmente a aspectos como la intimidad, la manipulación, la propiedad intelectual e hizo ver hasta qué punto los medios pueden rebasar los límites éticos.... Asimismo, los códigos de esta década reflejan la preocupación por los nuevos problemas sociales como el racismo, la xenofobia y otros tipos de discriminación, así como las amenazas para la democracia como el terrorismo y los nacionalismos. Los códigos, por tanto, evolucionan junto con las preocupaciones y demandas morales de la sociedad.¹³⁰

En este contexto, el Consejo de Europa aprueba en 1993 el Código Europeo de Deontología del Periodismo,¹³¹ que acentúa la necesidad de responsabilidad en el ejercicio periodístico, dada la importancia y el poder que han llegado a adquirir los medios de comunicación. Esta realidad exige un uso responsable de todo ese potencial para que los medios no se conviertan en poderes o contrapoderes que tendrían el arbitrario privilegio de carecer de representación ciudadana y de no estar sometidos a los controles democráticos que tienen los poderes estatales.¹³²

Este texto nace ante la ineficacia de los códigos europeos e internacionales existentes hasta el momento, que eran muy genéricos y no contemplaban mecanismos de autocontrol ni sanciones. Además, fueron adoptados en la Europa de los 60's y principios de los 70's, por lo que estaban bastante desfasados.¹³³

El código europeo, evitando las generalidades de los existentes, detalla las presiones internas y externas a las que está sometida la profesión periodística analizando con realismo todas las dificultades que tienen los profesionales para una práctica ética. La armonización de la actividad periodística con la libertad de empresa, por un lado, y huir de la connivencia con los poderes políticos y económicos, por otro, son aspectos que contempla el texto y que constituyen una novedad respecto de otros códigos internacionales.¹³⁴ Para ello parte de un principio irrenunciable: que la libertad de expresión y el derecho a una información veraz y ética son inseparables. El considerarlos como aspectos independientes fue el origen de muchos abusos y malas prácticas. Podríamos decir, en consonancia con la Teoría de la Responsabilidad Social, que la libertad de expresión no posee un valor absoluto sino que está ordenada a garantizar el

¹³⁰ Cfr. H. Aznar (1999a): *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel, p. 23.

¹³¹ Aprobado por la Resolución 1003 del Consejo de Europa el 1 de julio de 1993.

¹³² En el párrafo 44, de la Resolución 1003 del Consejo de Europa, en Aznar (1999b), p. 32.

¹³³ Cfr. Manuel Núñez Encabo (1995) "Código europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa)", en Bonete Perales, Enrique (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid, Tecnos, pp. 252 y ss.

¹³⁴ Cfr. M. Núñez Encabo (1995): op. cit., pp. 254-256.

derecho ciudadano a la información. Este aspecto lo podemos apreciar en los dos primeros artículos del código:

Además de los derechos y deberes jurídicos que están recogidos en las normas jurídicas pertinentes, los medios de comunicación asumen, en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos así como para la evolución de la sociedad y la vida democrática (art. 1). El ejercicio del periodismo comprende derechos y deberes, libertad y responsabilidad (art. 2).

Un presupuesto a esta consideración, que enfatiza mucho el código europeo, es que ni los diarios, ni los periodistas, ni los poderes públicos son los propietarios de la información, la cual no es una simple mercancía sino un derecho legítimo y fundamental de todo ciudadano.¹³⁵ Por tanto, los medios y los profesionales “únicamente sirven de vehículo y prestan un servicio público fundamental”.

En la consideración de la información como mercancía, sometida a las leyes del mercado, hay, por otra parte, una reducida concepción de la persona que es vista no como tal “sino como masa, sustituyendo el concepto de público por el de cliente”.¹³⁶ Una visión así olvida que el fundamento de la profesión periodística y de los derechos a la libertad de expresión y a la información es la persona misma. Este es el espíritu que expresa el artículo 7 del código:

Los medios de comunicación efectúan una labor de mediación y prestación del servicio de la información, y los derechos que poseen en relación con la libertad de información están en función de los destinatarios que son los ciudadanos.

Esta postura es la misma que vimos en la “Declaración de Principios de Conducta de los Periodistas” de la FIP de 1986 y de la Carta de Munich de 1971, en la cual se basa, textos que afirman con énfasis que el deber de informar es el fundamento de los otros deberes y derechos del periodista. Igualmente lo expresa el Profesor Porfirio Barroso, para quien el derecho a la información y a la libertad de expresión no pueden considerarse prerrogativas de periodistas y editores sino que les pertenecen a todos los ciudadanos.¹³⁷

Además de poner el énfasis en la persona, el código europeo afirma con rotundidad la necesidad de mecanismos de autocontrol y sanciones para que se pueda hablar realmente de códigos deontológicos y de una ética eficaz en los medios. La vía de la autorregulación es la deseable en un régimen democrático para no caer en los extremismos de una

¹³⁵ Contemplado en el art. 10 del Convenio Europeo de los Derechos Humanos.

¹³⁶ Cfr. Manuel Núñez Encabo (1995), op. cit., p. 260.

¹³⁷ En apuntes de la asignatura de Ética y Deontología de la Información, lección 35. “Los códigos deontológicos y la ética periodística”, p. 8 (inéditos), impartidos en la Universidad Complutense de Madrid.

desregularización total del periodismo –como piden algunos- o la juridificación y penalización total –como sostienen otros-, y que haya un máximo ético expresado en los códigos y un mínimo jurídico.¹³⁸

II. 5. LA ARTICULACIÓN DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA RESPONSABILIDAD DE LA PRENSA A TRAVÉS DEL AUTOCONTROL.

En el recorrido por los informes y códigos éticos de la segunda mitad del siglo XX hemos visto cómo se ha ido desarrollando la conciencia de responsabilidad hasta derivar en la sensibilidad generalizada que vivimos actualmente en cuanto a la valoración y petición de códigos, que han abundado desde los 90, y otros mecanismos de autocontrol como el *ombudsman*, los consejos de prensa, las comisiones y tribunales de ética, y los observatorios de comunicación.

No hay que desconocer, no obstante, que en la deontología se mezclan muchas motivaciones, algunas no estrictamente éticas. Si bien al principio el objetivo de las iniciativas deontológicas fue una sana voluntad de asegurar la calidad y la responsabilidad en el periodismo —de hecho los primeros consejos de prensa escandinavos y de otros lugares fueron denominados “tribunales de honor”— en seguida fue palpable el objetivo de salvaguardar la independencia y evitar la intervención estatal en asuntos informativos. Un informe de la UNESCO afirma que la mayoría de consejos de prensa se han constituido ante la presión estatal, entre ellos el sueco en 1916, el más antiguo, y el británico, creado en 1953, y el que más influencia ha ejercido.¹³⁹ A pesar de estos aspectos negativos, veremos en este apartado que los positivos son más poderosos y que justifican ampliamente la existencia del autocontrol. Por otra parte, el temor tiene en algunos campos efectos saludables pues disuade de escoger el camino equivocado.

Es destacable, también, la creciente atención del público a la actuación de los medios, pues tanto asociaciones, ONG's como grupos diversos de la sociedad civil están adoptando un papel cada vez más crítico y activo frente a los medios.¹⁴⁰ Sus protestas y denuncias a los medios en los 60's fue, sin duda, un detonante para la proliferación de códigos desde aquel momento.¹⁴¹

¹³⁸ Cfr. M. N. Encabo (1995): op. cit., p. 261.

¹³⁹ Cfr. Henri Pigeat, Jean Huteau (2000): op. cit., p. 34.

¹⁴⁰ Cfr. H. Aznar (2005): op. cit., pp. 45 y 46.

¹⁴¹ Cfr. N. Blázquez (2002): op. cit., p. 149.

Podríamos considerar el crecimiento del autocontrol como resultado de pasar de los derechos de la información a los derechos de la comunicación, los cuales se están buscando con la misma pasión que antaño se persiguieron la libertad de pensamiento, opinión, expresión e información. Se trata, para la profesora venezolana Gloria Cuenca, de la cuarta generación de los derechos humanos entre los cuales se encuentran los derechos de la comunicación, que defienden el acceso a la información, la participación, el deber de rectificar, el derecho de réplica, la retroalimentación y la cooperación.¹⁴²

II.5.1. Autocontrol y bien interno de la profesión periodística.

Recapitulando todo lo dicho en el apartado II.3., este fenómeno del autocontrol lo podemos entender como resultado de una forma de concebir la información y la profesión periodística. Siguiendo a Adela Cortina, partimos de que hay un bien interno en la actividad informativa: generar una opinión pública madura y responsable, sin la cual es imposible una sociedad pluralista y democrática, en la que existan ciudadanos, no vasallos; pueblo, y no masa, la cual es fácilmente manipulable.¹⁴³

De este bien general se infieren, al menos, otros tres bienes más: aumentar la libertad de los ciudadanos, pues no puede haber democracia sin libertad y ésta no es posible sin información, sin posibilidad de conocer las distintas realidades y visiones; permitir la expresión libre de las opiniones, pero no solamente la de los periodistas sino la de todo ciudadano, quienes necesitan saberse parte de la comunidad, y esto pasa por sentir que su juicio tiene un valor y un espacio en los medios; y potenciar una opinión pública razonante, que delibere en el espacio público mediático, como uno de los escenarios —sino el principal— en el que hoy se desarrolla la democracia.

En estas afirmaciones hay dos aspectos que, a nuestro juicio, limitan la actuación informativa y justifican, ampliamente, el autocontrol: que la información, por su dimensión política y social, constituye un bien público, por lo cual la actividad periodística presta una verdadera función pública y social, por muy privadas que sean las empresas mediáticas; y que este bien público lo es no solo por favorecer una sociedad democrática sino por

¹⁴² Cfr. Gloria Cuenca (1998): “Retos y exigencias del periodista venezolano (¿latinoamericano?) ante el siglo XXI”. Ponencia presentada en las Jornadas de Reflexión ética del Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela en mayo de 1998, Acarigua, inédito.

¹⁴³ Cfr. Adela Cortina (2004): “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”, en J. Conill y V. Gozávez (coords.) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona, Gedisa, pp. 20-22 y A. Cortina (2007): “Ética de la información y ciudadanía activa en una sociedad mediática”, conferencia pronunciada en el III Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicación, el 16 de octubre de 2007 en la Universidad Técnica Particular de Loja. OCLACC/UTPL, Loja (Ecuador), (inédito).

contribuir a que todas las personas, sin excluir a nadie, se conviertan en ciudadanos, en virtud de la dignidad incondicional que poseen, lo que les hace no instrumentalizables para otros fines.

Estas dos dimensiones cobran especial importancia en los tiempos actuales en los que, por el desarrollo tecnológico y la mercantilización de la actividad informativa, los medios tienen un poder cada vez mayor y sus acciones un alcance enorme y global, lo cual incrementa también su responsabilidad y la urgencia de volver al sentido de la profesión y de su bien interno. De no ser así, la actividad periodística tiene un riesgo muy real de corromperse, es decir, de sustituir su bien interno por el externo: la obtención de beneficio.

Por su parte, también el Estado, no solo los profesionales y las empresas, está llamado a jugar un papel activo en garantizar el servicio público y el bien social que proveen los medios.¹⁴⁴ Frente a la concentración empresarial que, homogeneizando contenidos y gustos, atenta contra el pluralismo y la vida democrática, los Estados tienen que garantizar el bien social que representa la información.

En definitiva, la responsabilidad por la labor informativa no puede recaer solo en el periodista, sino que es compartida con los empresarios y con las audiencias. En este sentido, el autocontrol ético a que se someten los medios implica una ética de la empresa periodística y una ética de las audiencias. Como vamos a ver seguidamente, el ejercicio del autocontrol salvaguarda no solo la actuación libre y responsable del profesional sino que promueve el ejercicio del derecho a la información por parte del público, para que sean personas críticas y participativas (los mecanismos de autocontrol son mecanismos para escuchar lo que el público piensa y exige a los medios), es decir ayuda a construir consumidores éticos, y supone una voluntad y compromiso de la empresa periodística de servir al bien interno de la empresa, de ser una organización ética.

El autocontrol, por tanto, involucra y requiere de los tres actores de la información: profesionales, empresas y público.

II.5.2. El autocontrol: concreción y efectividad del sentido de responsabilidad.

II.5.2.1. Definición.

La autorregulación o autocontrol es la conjugación de la libertad y la responsabilidad en la actividad informativa. El antiguo Presidente del Instituto Internacional de Prensa, E.

¹⁴⁴ Cfr. Jesús Conill (2004): “Economía ética de los medios de comunicación”, en J. Conill y V. Gozávez (coords.) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona, Gedisa, p. 145.

J. B. Rose, lo expresaba de un modo muy conciso y claro: “el autocontrol no es otra cosa que el envés de la libertad informativa”.¹⁴⁵

El autocontrol se materializa en códigos y mecanismos elaborados voluntariamente por los propios periodistas y empresas informativas, y contando normalmente con la participación del público, circunstancia que se da en las formas más depuradas, según Desantes.¹⁴⁶ De este modo, se evita que sea el Estado o el mercado los que impongan sus reglas del juego, pues como dice Victoria Camps: “Cuando nadie fija criterios sobre lo que conviene o no conviene hacer desde el punto de vista de la ética, de la justicia o de la democracia, quien decide es el mercado”.¹⁴⁷

El autocontrol se ejerce tanto en el ámbito interno de la profesión, velando por el ejercicio de una elevada moralidad profesional, y en el ámbito externo, defendiendo la libertad de prensa.¹⁴⁸ En este mismo sentido, podemos hacer extensible al autocontrol en general la metáfora que Núñez Encabo aplica a los consejos de prensa: un perro de dos cabezas, una que ladra hacia el exterior y otra hacia el interior.¹⁴⁹

Claude-Jean Bertrand, más que de autocontrol o de autorregulación, prefiere hablar de medios de asegurar la responsabilidad social, utilizando el signo M*A*R*S (*Moyens d'assurer la responsabilité sociale*) entendiéndolos en un sentido amplio. Según él, existen más de 30 formas, que de acuerdo a su estructura se clasificarían en: individuales (*ombudsman*), grupos organizados (comisión de arbitraje, de disciplina o de ética, conformados por periodistas o surgidos en el seno de sindicatos o gremios; tribunal de ética, consejos de prensa, sociedad de redactores, observatorios, asociación de consumidores...); documentos escritos (códigos, revistas críticas); procesos cortos (sondeos, campañas, auditorías...) o procesos largos (educación universitaria, formación continua y programas escolares de educación para los medios). Todos ellos se mueven o bien por la crítica, o por la observación sistemática, o por la formación o favoreciendo el acceso del público a los medios.¹⁵⁰

¹⁴⁵ E.J.B. Rose (1966) *Problem of professional standards, en Press Council and Press Codes*, Zürich, p. 3, citado por J. M. Desantes (1973), op. cit., p. 67.

¹⁴⁶

¹⁴⁷ V. Camps, en Aznar (1999b), op. cit, p. 17.

¹⁴⁸ Cfr. M. Löeffler (1968): “Le Problem de l’Auto-Contrôle de la Presse” en M. Löeffler y J.L. Hébarre (eds.): *Nature et Fonctions de l’auto-control de la presse: les organismes déontologiques de la presse* (vol. 7). Munich, Verlag C.H. Beck, p. 22.

¹⁴⁹ Cfr. Manuel Núñez Encabo (1995), op. cit., p. 253.

¹⁵⁰ Cfr. Claude-Jean Bertrand (1999): *L’arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Economica, p. 8.

II.5.2.2. Razón de ser del autocontrol.

Hay varias razones que justifican la necesidad del autocontrol. Se pueden estructurar, según Bel Mallen, atendiendo al agente que esté involucrado: en cuanto al sujeto universal (público), el autocontrol tiene la misión de tutelar su derecho a la información y de propiciar su participación en el engranaje informativo; en cuanto al sujeto cualificado (periodistas), garantiza el respeto a su libertad y evita el heterocontrol; y en cuanto al sujeto organizado (empresa), conduce a una mayor calidad de la información y a la pertinencia social de la empresa.¹⁵¹

II.5.2.2.1. Tutela el derecho a la información.

Según Desantes,¹⁵² hay un fundamento jurídico básico del autocontrol que es el derecho humano a la información; razón por la cual todo aquello que contribuya a su realización y defensa, como es el caso de los mecanismos de autocontrol, está plenamente justificado. La custodia del derecho y deber de informar, y de las garantías y los procedimientos que los aseguren, exigen que aquella sea delegada en alguien individual o en un organismo.

Es un hecho que los mecanismos de autocontrol coinciden en ser verdaderos defensores del derecho a la información y que lo primero que se les debe exigir es precisamente eso, garantizar el derecho ciudadano a una información verdadera.¹⁵³

Desantes aporta otro argumento, vinculado a la defensa del derecho a la información.¹⁵⁴ Los órganos de autocontrol tienen que aplicar, dada la casuística profesional, unos criterios más elásticos y sutiles que las normas legales, que sean capaces de contemplar todos los matices técnicos y éticos que presenta la actividad informativa; por tanto, que puedan ir más allá de la aplicación de la ley y de los principios generales del Derecho, que tendrían que ser afinados para la resolución de cada conflicto. Otra ventaja asociada a ésta es que el autocontrol permite una mayor agilidad operativa.

Es por ello que los documentos y resoluciones emanados de dichos órganos sirven a menudo como auxiliares de los organismos de heterocontrol administrativos o judiciales, pues al surgir de cuerpos colegiados de profesionales que han vivido esas situaciones

¹⁵¹ Cfr. José Ignacio Bel Mallen (1991) "Autocontrol" en Ángel Benito (coord) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 112.

¹⁵² Cfr. Desantes (1973), op. cit, p. 76.

¹⁵³ Cfr. Javier Darío Restrepo (2006): "¿Qué esperar de la autorregulación?" en Asoc. de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya: búsquedas éticas desde los medios de comunicación*, Lima, p. 38.

¹⁵⁴ Ibidem.

incluyen matices y elementos que difícilmente pueden apreciar personas ajenas a la profesión. A esto se une la agilidad del autocontrol en incorporar nuevos aspectos técnicos, políticos y jurídicos que la ley escrita tarda más en contemplar.

II.5.2.2.2. Reivindica al público como sujeto activo del proceso informativo.

Un aspecto importante que destaca Bel Mallen es que el autocontrol es un medio del que dispone el público para defenderse de los abusos de la información, no solo porque es una vía de recepción de quejas sino porque es una forma de ejercer una vigilancia y tutela del comportamiento de los medios a través de unos órganos en los que el mismo público tiene normalmente representatividad.¹⁵⁵ Sería lo que algunos autores llaman ejercer un control de la mediocracia, es decir, de ese poder que tienen los medios en la actualidad que les puede hacer desvirtuar su función social y alejarse del bien interno que deberían perseguir.¹⁵⁶ En Latinoamérica, por ejemplo, este poder es muy palpable así como la imposibilidad de fiscalizarlo porque los medios “se han vuelto intocables por la gente, por los propios gremios y por el Estado”.¹⁵⁷

Frente a esto, hay que afirmar que no puede haber un correcto ejercicio de la libertad de expresión ni del derecho a la información si el poder de los medios no puede ser cuestionado por el público sino que es ejercido como un privilegio.¹⁵⁸ Es decir, en una sociedad democrática le corresponde al público a través del autocontrol cuestionar ese poder de los medios, desenmascarando los intereses y abusos que se puedan dar, para que no se convierta en un poder absoluto y arbitrario.

En este sentido, la elaboración y difusión de los códigos deontológicos supone convertir al público en testigo de los mismos y ponerlo en la tesitura de exigir que los medios los cumplan.

Claude-Jean Bertrand enfatiza aún más la importancia de que el público intervenga en los órganos de autocontrol teniendo en cuenta el rechazo instintivo del periodista a la crítica externa y la obsesión por el beneficio de los empresarios de los medios. Un público

¹⁵⁵ Cfr. José Ignacio Bel Mallen (1991) “Autocontrol” en Ángel Benito (dir.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 112-114.

¹⁵⁶ Cfr. J.C. Suárez Villegas (1999) *Medios de comunicación y autocontrol*, Madrid, Editorial Mad S.L., p. 173.

¹⁵⁷ Cfr. Germán Rey (1997): “Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, p. 35.

¹⁵⁸ Cfr. Felipe Burbano (1997): “Reflexiones sobre los propósitos y posibilidades del ‘ombudsman’”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, pp. 141-142.

responsable y motivado es el mejor aliado del autocontrol pues está llamado a convertirse en una fuerza numerosa, capaz de presionar a las empresas y a los gobiernos para exigir el respeto de sus derechos.¹⁵⁹ De este modo, la participación, de alguna manera, de los usuarios en los órganos o medios de autocontrol es también un modo de generar confianza y credibilidad en el mismo público.

Así pues, el autocontrol es una manera que tienen los ciudadanos de reivindicarse como sujetos activos del proceso informativo, del que normalmente son excluidos por los medios o reducidos a meros consumidores o usuarios sin voz ni voto. Como dice Javier Darío Restrepo, “si algo fundamental ha de esperarse de la autorregulación es una activa presencia del receptor de la información en la vida, operación y pensamiento del medio de comunicación, no como una concesión, sino como el ejercicio de un derecho”.¹⁶⁰

Cada vez es más compartida la idea de que la responsabilidad social de los medios pasa por posibilitar la participación de los públicos, lo cual va normalmente unido a acrecentar el pluralismo de voces, a la construcción democrática de la agenda y a atender las necesidades sociales más relevantes, con temas y actores muchas veces excluidos.¹⁶¹ Desde este punto de vista, armonizar límites y libertades en el periodismo no es tanto cuestión de legislaciones sino de fortalecer la participación de la sociedad civil en el debate público sobre sus derechos y deberes, y esto es justamente lo que propician los mecanismos de autocontrol.

Otro supuesto en la participación del público en el autocontrol es reconocer que el espacio público en el que se mueven los medios, aquel en el que se da el debate público sobre los hechos y en el que ciertamente los medios son omnipresentes y muy influyentes, no es coto privado de ellos, sino que pertenece por igual al público; es decir, que ni la información ni la libertad de expresión son privilegio de los periodistas, sino que son ante todo un derecho humano y social que no se puede ejercer, por tanto, al margen del público sino contando con él.¹⁶² En esta tarea de democratizar y ‘desmediatizar’¹⁶³ los espacios públicos la defensoría del lector es un marco para el diálogo periodistas-lectores, medios-sociedad, para neutralizar esa mediocracia o monopolio de los periodistas sobre la información.

¹⁵⁹ Cfr. Claude-Jean Bertrand (1999), op. cit., pp. 15-17.

¹⁶⁰ Javier Darío Restrepo (2006), op. cit., p. 36.

¹⁶¹ Cfr. Germán Rey (1997): op. cit., p. 31.

¹⁶² Cfr. Felipe Burbano (1997), op. cit., p. 139.

¹⁶³ En el sentido de liberarlos de la influencia absorbente de los medios de comunicación.

II.5.2.2.3. Evita el heterocontrol y salvaguarda la libertad.

El autocontrol nace con una clara finalidad: “hacer que la profesión se depure dentro de la profesión misma; que sean los mismos profesionales los que consigan que la profesión se desarrolle dentro de unos cauces éticos y técnicos”.¹⁶⁴ De esta manera, se trata de evitar el heterocontrol, especialmente el que proviene del Estado, desde cualquiera de sus tres poderes, lo cual siempre conlleva el riesgo de atentar contra la libertad de expresión y el derecho a la información. Esto es lo que le lleva a Desantes a afirmar que la nota característica del autocontrol es su lucha continua por preservarse de ingredientes extraños a la actividad informativa misma. En este sentido, Juan Luis Cebrián es enfático al afirmar que “la mejor respuesta frente a las amenazas es la profesional”.¹⁶⁵ Del mismo modo, Löeffler manifiesta que en los organismos de autocontrol los periodistas y editores adoptan libremente sus decisiones y son responsables únicamente ante su propia conciencia.¹⁶⁶

El autocontrol se adelanta y previene el surgimiento de órganos o leyes de heterocontrol, como lo demuestra el hecho de que el Consejo de Prensa británico de 1963 surgiera como reacción a un proyecto de ley de prensa presentado en el Parlamento en 1962.¹⁶⁷ Pero también el autocontrol va a garantizar que las legislaciones precautelen el derecho a la información y a la libertad de expresión y va a permitir, incluso, iniciar reformas legislativas que reduzcan la presencia del Estado, de los empresarios y de los jueces en el control de la información.¹⁶⁸

De este modo, se desmiente toda sospecha de que el autocontrol pudiera ser una manera de restringir la libertad, pues es justamente lo contrario, la lucha de los profesionales por mantener su libertad y su independencia. Aznar lo expresa claramente: “No debe haber nunca marcha atrás en la conquista de la libertad de expresión e

¹⁶⁴ Cfr. J. M. Desantes (1973), p. 30.

¹⁶⁵ Cfr. Juan Luis Cebrián (2003): *Cartas a un joven periodista y un epílogo para adolescentes*, Aguilar, citado por Cfr. Ursula Freundt-Thurne (2006) “La autorregulación: precisiones, presiones y posibilidades”, en Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006), op. cit., Lima, p. 19.

¹⁶⁶ Cfr. Löeffler (1968), op. cit., p. 46.

¹⁶⁷ Desantes explica muy bien cómo surgió el Consejo de Prensa británico en 1953, fruto de la primera Comisión Real (1947-1949), pero que tuvo un fuerte rechazo social y parlamentario por no incluir a representantes de la sociedad, como sugirió la Comisión Real. El Parlamento británico creó el 1 de julio de 1963 una nueva Comisión Real (1961-1962) que reclamó al consejo anterior por no denunciar la concentración empresarial y constituyó el segundo Consejo de Prensa, con representación mixta de las empresas, los profesionales y la sociedad. En *El autocontrol de la actividad informativa*, 1973, pp. 131-134.

¹⁶⁸ Cfr. Bel Mallen (1991), op. cit., p. 112.

información; pero sí cabe avanzar en cuanto al uso cuidadoso y responsable de dicha libertad”.¹⁶⁹

El autocontrol no solo no quita libertad sino que la promueve y la hace posible dentro del medio porque visibiliza continuamente, a través de códigos u otros mecanismos, los principios a los que libremente se ha comprometido el medio, creando el clima propicio para que en el día a día se tomen decisiones éticas y no por capricho o por inercia.¹⁷⁰ Y es justamente decidiendo conforme a unos principios que el autocontrol se esfuerza en mantener presentes y vivos como se fortalece la voluntad y la libertad del periodista.

Asimismo, el obrar responsable confiere un poder personal y corporativo, que podríamos llamar también autoridad moral, capaz de hacer desaparecer el heterocontrol o demostrar su innecesariedad.¹⁷¹

En este sentido, la Comisión Especial del Senado español sobre contenidos televisivos, que funcionó a lo largo de 1994 y 1995, expresó muy claramente que en el hecho de asumir unos principios éticos y aceptarlos como guía de conducta, los profesionales están expresando su autonomía.¹⁷² De este modo, el autocontrol es un modo de poner en juego la libertad, en ningún modo de coartarla.

Respecto a cómo estos mecanismos procuran en los periodistas una actuación correcta e independiente, Desantes hace la precisión de que, a la vez, dichos organismos requieren que exista un ambiente de libertad para que se puedan desarrollar, es decir, que no pueden operar forzosamente o de modo impuesto, sino que tienen que estar controlados por los mismos profesionales.¹⁷³ En las mismas palabras de Desantes: “la independencia solamente se puede asegurar cuando los mismos profesionales controlen tal independencia”. Por ejemplo, la cláusula de conciencia y los estatutos de redacción garantizan la independencia pero no pueden ser impuestos, sino asumidos libremente. Cuando se dan estas condiciones, el autocontrol se convierte en una garantía para la libertad dentro del medio y para su defensa frente a las presiones externas.

¹⁶⁹ Cfr. Aznar (1999b), op. cit., p. 34.

¹⁷⁰ Cfr. Javier Darío Restrepo (2006): “¿Qué esperar de la autorregulación?” en A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, op. cit., p. 34.

¹⁷¹ Ibidem.

¹⁷² En el Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos del Senado español (1996), Madrid, Servicio de Publicaciones de la Secretaría General del Senado, p. 124.

¹⁷³ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 97.

II.5.2.2.4. Incrementa la responsabilidad y el prestigio de la profesión.

El autocontrol incrementa el sentido de responsabilidad y de deber hacia el público, no solo de aquellos profesionales que conforman los distintos organismos encargados de aplicarlo, sino de todos los informadores en general, para quienes aquellos que actúan dignamente suponen un referente imitable y una evidencia de que se puede ejercer éticamente la profesión.¹⁷⁴

Clifford Christians afirma, al respecto de los códigos, que aunque por sí mismos no puedan mejorar el comportamiento de un medio, tienen la virtud de contribuir a institucionalizar una conducta moral, a ir labrando una tradición de normas profesionales que aseguran la continuidad y la interiorización de las mismas en los profesionales. En definitiva, los códigos van construyendo una cultura organizacional socialmente responsable.¹⁷⁵

Podemos decir de la existencia de organismos de autocontrol lo mismo que Desantes de la abundancia de códigos:¹⁷⁶ que al expresar la conciencia de la dignidad de la profesión y la sensibilidad ética que desean tener los profesionales indican un aumento de su sentido ético, lo cual, de por sí, ya es muy saludable. Subyace también el reconocimiento de que los privilegios adquiridos por los medios exigen una actuación con la responsabilidad correspondiente.¹⁷⁷ Así pues, la creación de estos mecanismos es una muestra de que los profesionales creen que la rectitud de conciencia y la fidelidad a los valores profesionales es lo que les dota de verdadera autoridad y prestigio.

Y este aumento de la conciencia ética es posible porque el autocontrol exige que la iniciativa parta libremente de los mismos profesionales, ya que, como ocurre en la tarea vital de cada persona, la práctica moral de una profesión nace de una decisión personal y voluntaria, algo en lo que nadie nos puede sustituir ni podemos delegar en otros. En este sentido, el autocontrol promueve y contribuye a aumentar la responsabilidad de los periodistas porque les pone en situación de hacerse cargo personal y libremente de ejercer éticamente la profesión. En definitiva, el autocontrol personaliza y dignifica a los periodistas porque “fomenta un ejercicio más maduro y responsable de la libertad”.¹⁷⁸

¹⁷⁴ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 94.

¹⁷⁵ Cfr. Christians (1999): “Éthique de l’entreprise et codes de déontologie” en Bertrand, op. cit., pp. 50-53.

¹⁷⁶ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 96.

¹⁷⁷ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 94.

¹⁷⁸ H. Aznar (1999b), op. cit., p. 49.

De igual modo, las actuaciones erróneas de la prensa son los mismos profesionales los que pueden no solo detectarlo sino enmendarlo. Si intervienen elementos ajenos se puede subsanar de algún modo el daño pero no reconstruir el prestigio de la empresa y devolver la confianza al público en ese medio. El autocontrol supone, por tanto, la expresión de la voluntad real de ser ético.¹⁷⁹

En definitiva, y pese a las críticas que continuamente enfrenta la prensa, el autocontrol es un modo de dignificar y conferir prestigio a la profesión. Niceto Blázquez sostiene que el mero hecho de formular públicamente unos principios recogidos en un código “dan fuerza al grupo profesional frente a las acusaciones del público al decantarse sus legítimos derechos, deberes y servicios al público, independientemente de la conducta particular de algunos o muchos de los colegas de profesión”.¹⁸⁰ Por otro lado, Aznar afirma que la realización y difusión pública de los códigos implica el compromiso de cumplirlo, tanto de cara a los colegas como de cara a la sociedad, a quien se pone como testigo y como vigilante para que exija su cumplimiento en caso de infringirlo u olvidarlo. En este sentido, los códigos y otros mecanismos escritos, no solo proponen el ejercicio de unos principios sino que inducen a una rendición de cuentas periódica de su cumplimiento ante la sociedad.¹⁸¹

Núñez Encabo, como ya hemos mencionado, da un paso más al afirmar que sin mecanismos de autocontrol y sin sanciones los códigos deontológicos carecen de prestigio, lo cual podemos aplicar al conjunto de la profesión periodística, pues a pesar de la buena intención de ejercerla éticamente y de formular unos principios de actuación si no hay supervisión ni sanción de ningún tipo esa voluntad ética no se materializa y no es creíble de cara al público.

Pero está claro que hay una razón poderosa que hace que el ser responsable ya no sea una opción sino una necesidad: un público cada vez más crítico con los medios y en el que crece un sentimiento de rechazo al poder y a los vicios de la prensa, lo que le hace proclive a solicitar una mayor regulación estatal.¹⁸² De este modo, ante el empoderamiento cada vez mayor de los ciudadanos conscientes de sus derechos, el mismo poder adquirido por los

¹⁷⁹ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 92.

¹⁸⁰ Cfr. N. Blázquez (2002), op. cit., p. 140.

¹⁸¹ Cfr. Úrsula Freundt-Thurne (2006) “La autorregulación: precisiones, presiones y posibilidades”, Asoc. de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya: búsquedas éticas desde los medios de comunicación*, Lima, , p. 18.

¹⁸² Cfr. C-J Bertrand (1999), p. 26.

medios puede ser algo que vaya en su propia contra si no es templado y modulado por los mecanismos de autocontrol.

II.5.2.2.5. Aumenta la calidad de la información.

Uno de los efectos de la existencia del autocontrol es que vaya mejorando progresivamente la calidad de la información, tarea que en último término compete especialmente a la empresa informativa. Al fin y al cabo, como afirma Conesa Sánchez,¹⁸³ es en la empresa informativa en quien recae la delegación tácita del público de informar y, por tanto, es ella la que debe responder por la calidad de la información. En realidad, el periodista es un puente entre la empresa y el público.

Quizá sea esta la razón y el cuidado de los intereses económicos que conlleva, y no tanto un interés ético, lo que hace que normalmente se hayan unido empresarios y periodistas para instituir los mecanismos de autocontrol, y cuando eso no ha sido posible, que dichos mecanismos hayan sido iniciativa de los mismos empresarios, como ha ocurrido en Alemania con el prestigioso organismo que un grupo de revistas creó en 1957 bajo la denominación *Selbstkontrolle Illustrierter Zeitschriften* (S.I.Z.).¹⁸⁴

Muestra de ello es que los iniciadores de los mecanismos de autorregulación están siendo sobre todo las empresas periodísticas conjuntamente o no con los periodistas. En este sentido, son los países con más desarrollo tecnológico y medios más modernos donde se está desarrollando más el autocontrol, pues están avizorando las enormes ventajas financieras que supone manejar éticamente el medio y servir mejor al público.¹⁸⁵

En todo caso, los mecanismos de autocontrol son los llamados a recordar a las empresas informativas su singularidad y a promover en el seno de las mismas la insumisión al mercado. De esto depende, según Restrepo, la supervivencia de dos valores amenazados por la concentración empresarial: la dignidad profesional y el derecho ciudadano a la información.¹⁸⁶ Desde luego que cuando se defienden estos dos principios, el resultado es una información verdadera, oportuna y de calidad.

II.5.2.3. Efectividad del autocontrol.

Por otro lado, la tutela no tendría demasiada efectividad si no se contemplase algún tipo de sanción, siempre moral. De hecho, el sentido del autocontrol es hacer efectivas las

¹⁸³ Citado por Bel Mallen (1991), op. cit., p. 115.

¹⁸⁴ Cfr. Desantes (1973), op. cit., p. 135.

¹⁸⁵ Cfr. C-J Bertrand (1999), pp. 25-26.

¹⁸⁶ Cfr. Javier Darío Restrepo (2006), op. cit., p. 37.

obligaciones, principios y valores que se han precisado y reflejado en los códigos, los cuales, pese al valor testimonial y social que ya hemos mencionado, no son suficientes. Así lo manifiesta el art. 37 del Código Europeo de Deontología:

Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la Universidad y de los jueces, que emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones.

El Código Europeo concreta todavía más al proponer la creación de un *Ombudsman* europeo,¹⁸⁷ con representatividad internacional, que tenga en cuenta los órganos de autocontrol nacionales con un funcionamiento similar. Además, también propone constituir asociaciones de usuarios de la comunicación y desarrollar programas escolares sobre uso de los medios.

En este sentido, Núñez Encabo es enfático al afirmar que no se puede hablar de códigos deontológicos si no existen, además de unos principios éticos, unos organismos de autocontrol¹⁸⁸ y la aplicación de sanciones éticas¹⁸⁹ que, de acuerdo al código europeo, consistirían en la publicación de las resoluciones del órgano de autocontrol que se crease así como de los estudios sobre la veracidad de las noticias difundidas por los medios, que elaborasen tanto los órganos de autocontrol como las asociaciones de usuarios y las universidades (art. 38).

Las sanciones emanadas de los órganos de autocontrol son morales porque las normas deontológicas no tienen fuerza coactiva. Esto, que aparentemente podría restar fuerza y operatividad a la ética, en realidad es algo positivo pues evita los excesos de celo o de rigor en su aplicación, en los que se puede caer fácilmente si tenemos en cuenta las reacciones tan emocionales y fuertes que provocan las faltas de ética en los afectados.¹⁹⁰ Reservar la coacción exclusivamente al derecho implica que la ética basa su fuerza únicamente en la autoridad moral, lo cual a la larga le da más respetabilidad por parte del público y no supone ninguna amenaza a la libertad de expresión, al no poder establecer penas más allá de la censura social que supone la publicación. La ética solo puede exigir ante la opinión pública la rectificación, lo cual es una pena de índole moral que, aunque pareciera que carece de peso, conforme se va instaurando esta cultura y va madurando la sociedad va

¹⁸⁷ En el párrafo B de Recomendación al Comité de Ministros.

¹⁸⁸ Aspecto que también enfatiza José María Desantes al afirmar que si los códigos deontológicos no cuentan con un tribunal que las aplique carecen de toda sanción, incluso la moral. (p. 218 de *El autocontrol...*)

¹⁸⁹ Cfr. M. N. Encabo (1995), p. 262.

¹⁹⁰ Cfr. Aznar (1999b), p. 49.

aumentando su repercusión social. Por otro lado, la misma fuerza y protagonismo de los medios se vuelve en contra de ellos, pues la difusión de las incorrecciones éticas, justamente por eso, tiene cada vez más alcance y efecto.

De esta forma, podemos entender lo que afirma Aznar: “la autorregulación puede ir mucho más lejos que el derecho en lo que a sus exigencias y planteamientos normativos se refiere, (...) puede exigir mucho más que el derecho porque puede imponerse mucho menos que éste”,¹⁹¹ en el sentido de que la autoridad moral siempre es mucho más respetable y confiable que la autoridad que da la fuerza o la ley. La ley, con su capacidad coactiva, si no va acompañada de la autoridad moral de sus legisladores o administradores, aunque pueda aplicar penas, no tiene una fuerza real; en cambio, la autoridad moral de la ética puede prescindir de la fuerza coactiva. Como dice Desantes, los códigos éticos tienen una mayor *ratio* que las normas disciplinarias, administrativas o penales, es decir, su valor intrínseco, por su contenido moral, es mayor.¹⁹² Será por ello, que su incumplimiento, y la difusión pública del mismo, reviste una pena considerable.

Este es el espíritu que anima el Código Europeo de Deontología que hemos analizado cuando aconseja un mínimo jurídico y un máximo ético.

II.5.3. Formas de autocontrol.

Vamos a tratar en este apartado de dos formas de autocontrol, siguiendo la clasificación de Bertrand: la basada en textos, como es el caso de los códigos deontológicos, y la constituida por personas, ya sea grupalmente, en el caso de los consejos de prensa, tribunales de ética y comisiones de ética, o individualmente, en el caso del *ombudsman* o defensor del lector, por ser los mecanismos más comunes. Para el siguiente epígrafe dejamos una tercera forma de autocontrol o medio de asegurar la responsabilidad social como es el caso de los procesos: auditorías éticas y enseñanza de la ética, y las acciones desplegadas por las asociaciones de usuarios.

II.5.3.1. Mecanismos escritos: Los códigos deontológicos.

El profesor Porfirio Barroso aporta dos definiciones complementarias de código ético o deontológico del periodismo. Por un lado, es el conjunto de principios de conducta, derechos, deberes y normas profesionales emanados de los medios o de los profesionales, cuyo cumplimiento se asume voluntariamente. Por otro lado, es el conjunto de creencias y

¹⁹¹ *Ibíd.*

¹⁹² Cfr. Desantes (1973), pp. 212-213.

valores que una organización profesional considera válidos, y representan una forma de entender la profesión y una orientación sobre el modo de practicarla. En cualquier caso, para Barroso, este conjunto de deberes, derechos, creencias y valores que es un código ético es uno de los símbolos que distingue a un determinado trabajo como profesión, y es el modo en que los profesionales de un sector económico reconocen el servicio social que cumplen y la manera de asumir su responsabilidad frente a ello.¹⁹³

En este sentido, los códigos son más que un reglamento operativo, ya que se ocupan de lo más sustancial de la profesión, de aquello que es distintivo y que entraña su específica dimensión ética.¹⁹⁴

Los códigos son más necesarios en las actividades en que el profesional dispone de un mayor margen de decisión personal y en las que tiene mayores y más graves responsabilidades, como es el caso del periodismo. Por eso se les llama deontológicos, pues expresan más que nada los deberes del periodista hacia el público, partiendo de que el hecho de informar es ante todo un deber del profesional para con el derecho del público a ser informado.¹⁹⁵ De este modo, los códigos explicitan algo implícito: que el servicio responsable a la verdad a la que el público tiene derecho es la razón de ser de la profesión periodística.

Por otro lado, los códigos son instrumentos de defensa y autocontrol que los propios profesionales elaboran y adoptan con un doble objetivo: evitar la injerencia de los gobiernos en supervisar el ejercicio ético de los medios, con la consiguiente pérdida de libertad que supondría, y lograr una información cada vez más objetiva y veraz, velando así por el prestigio social de la profesión.

II.5.3.1.1. Desarrollo histórico.

Se considera como primer código deontológico de la prensa el “credo” de Benjamin Harris publicado en 1690 en Boston, en el primer número del periódico norteamericano *Publick Occurrences Both Foreign and Domestick*, considerado el primer periódico

¹⁹³ Cfr. P. Barroso (1991): “Códigos deontológicos de la comunicación”, en A. Benito: *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ed. Paulinas, p. 198, y P. Barroso (2006): “Lección 35: Los códigos deontológicos y la ética periodística”, apuntes de la materia de Ética y Deontología de la Información, Universidad Complutense de Madrid (inéditos), p. 4.

¹⁹⁴ Hugo Aznar (1999): *Comunicación responsable*. Barcelona, Ariel, p. 17.

¹⁹⁵ Cfr. Niceto Blázquez (1994): *Ética y medios de comunicación*. Madrid, BAC, p. 108.

norteamericano. Se trataba de una declaración de compromisos que enfatizaba la exigencia de verdad, objetividad y exactitud en las noticias y garantizaba la corrección de errores.¹⁹⁶

Aunque durante el s. XVIII continuaron surgiendo declaraciones en los primeros números de periódicos o revistas, no es hasta el siglo XX cuando encontramos propiamente códigos deontológicos. La proliferación de los mismos se puede explicar por el incremento de la especialización laboral y la imparable industrialización de la prensa, especialmente desde inicios del siglo XX. A raíz de ello se empieza a sentir la necesidad de contrarrestar la importancia que se le da a la eficacia técnica y a la rentabilidad económica.

Por otra parte, la aparición de los códigos está estrechamente asociada con el profesionalismo del periodismo. Para Robert White, los códigos expresan el espíritu profesionalista de las nuevas clases medias de fines del siglo XIX y principios del XX, que combatieron los símbolos de la aristocracia y lucharon por su propio status de profesionales liberales, sustentados en el progreso científico-técnico.¹⁹⁷ En este sentido, los códigos traducen este espíritu a un *ethos* profesional. Además de ello, en la deontología norteamericana se refleja el papel esencial que jugó la prensa en la independencia del país, y en los textos estará siempre latente, además de ese *ethos* liberal, la importancia de profesionales y medios independientes para el funcionamiento del estado nación.

En todo caso, en la aparición de los códigos se trasluce una realidad evidente: la reacción frente a la progresiva desconfianza hacia los medios de comunicación que se vivió durante todo el siglo XX, lo cual hace emerger del seno de la profesión una presión moral, como medida de autodefensa, que evite la intervención estatal, a la vez que, según algunos autores, una real necesidad de proteger la dimensión ética de las profesiones.¹⁹⁸ La UNESCO exprime otra causa del origen de los códigos y es el descontento de los periodistas por sus condiciones laborales lo cual les hizo ver en la deontología una forma de autodefensa y protección.¹⁹⁹ Asimismo, un informe de la Oficina Internacional del Trabajo de 1928 sobre las condiciones de trabajo y de vida de los periodistas podría ser

¹⁹⁶ Cfr. P. Barroso (1991): op. cit., p. 199 y H. Aznar (2005): *Comunicación responsable*. Barcelona, Ariel, p. 33. (2ª. ed.)

¹⁹⁷ Cfr. Robert White (1988): "Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación", en *Diálogos*, N°. 22, nov 1988, Lima, Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social.

¹⁹⁸ Cfr. Nigel Harris (1992): "Codes of conduct for journalists", en Andrew Belsey y Ruth Chadwick: *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Londres y Nueva York, Routledge, pp. 33-48, citado por Aznar (1999a), p. 17.

¹⁹⁹ Cfr. C. Jones (1981): op. cit., p. 11.

considerado como un precedente de la deontología periodística y del sentido de defensa laboral-profesional que adoptaron la mayoría de los códigos.

El primer código deontológico internacional fue el Código de Ética de la Primera Conferencia Panamericana de Prensa de 1926 en Washington. Dicho encuentro congregó a directores de diarios y fue promovida por la Unión Panamericana, entidad alentada por el gobierno norteamericano y lejano origen de la OEA.²⁰⁰ Por su parte, la primera Federación Internacional de Periodistas (FIP), fundada en 1926 y disuelta tras la II Guerra Mundial, emprendió algunas acciones para impulsar el autocontrol en la profesión, como la creación de una Corte internacional de honor en La Haya, en 1931, y la adopción de un código de honor profesional en 1939.²⁰¹ Por su parte, la Unión Internacional de Asociaciones de la Prensa (UIAPA) adoptó en 1936 un conjunto de reglas deontológicas.

No obstante, hasta finales de la II Guerra Mundial el fenómeno de los códigos fue minoritario, desconocido por la opinión pública occidental e incluso para los periodistas.²⁰² Fue solo al final de conflicto cuando se produjo en el seno de los medios una conciencia generalizada de la importancia que ellos iban a tener a la hora de influir en el acontecer social. De hecho, es a partir de este momento cuando se produce un punto de inflexión en el periodismo y se ve la necesidad de superar la mera información y aportar el aspecto interpretativo, que profundice en las causas y consecuencias de los acontecimientos y que ayude al público a formarse una opinión más exacta y real de los hechos. Está surgiendo un sentido de responsabilidad que propiciará la creación de códigos éticos tanto nacionales como internacionales.

A partir de los años 50 y 60 se generalizan los códigos y se extienden más allá de Europa y EEUU. Contribuyeron a ello la descolonización de mitad de siglo y la tensión de la guerra fría. En este contexto, hay que reconocer que los códigos fueron buenas armas propagandísticas para reforzar la identidad cultural y política de los estados nacientes.

En ese período aparecen códigos internacionales importantes: el de la Conferencia Interamericana de Prensa de Nueva York, en 1950,²⁰³ y adoptado por la Asociación Interamericana de Prensa (IAPA); la Declaración de Principios éticos de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), aprobado en Lima en 1955; la Declaración de

²⁰⁰ Cfr. Juan Gargurevich (1986): "La Ética en la Empresa Periodística", en *Chasqui*, N°18 (abril-junio 1986), Quito, CIESPAL, pp. 20-21.

²⁰¹ *Ibídem*, p. 13.

²⁰² Cfr. H. Aznar (1999a), *op. cit.*, p. 20.

²⁰³ Que no es más que el de la primera Conferencia Panamericana de Prensa de 1926.

Deberes de los Periodistas de la Federación Internacional de Periodistas, en 1954, que en su artículo 8 ya hace una alusión al autocontrol al mencionar la jurisdicción en materia profesional; el de la Organización Internacional de Periodistas (de los países comunistas) en 1954; la Carta de Munich (de la Comunidad Europea), en 1971; el de la Federación de Periodistas Árabes, en 1972; el Código Ético de la FELAP, en 1979; y los Principios Éticos de la UNESCO, en 1983, hasta la fecha el proyecto de código mundial más ambicioso. El último código supranacional es el Código Europeo de Deontología del Periodismo, aprobado por el Consejo de Europa el 1 de julio de 1993.

En los años 80 proliferan los códigos éticos internos de cada medio y en los 90 se da una eclosión de nuevos códigos. Esto se debió, por un lado, a que el cambio en los países del este favoreció que las organizaciones periodísticas elaborasen códigos acordes a las nuevas circunstancias. En el resto de Europa la causa fue la aparición de nuevos problemas, como la creciente presión del mercado, las nuevas tecnologías y su poder de transformar la sociedad, todo lo cual ha afectado especialmente a aspectos como la intimidad, la manipulación, la propiedad intelectual.... En estos nuevos códigos se refleja la preocupación por los problemas sociales contemporáneos como el racismo, la xenofobia y otros tipos de discriminación, así como las amenazas para la democracia como el terrorismo y los nacionalismos. Los códigos, por tanto, evolucionan junto con las preocupaciones y demandas morales de la sociedad.

La importancia de los códigos deontológicos para mejorar el ejercicio ético lo vienen manifestando organizaciones periodísticas internacionales como el Comité de Protección de Periodistas (CPJ) que en su informe de 1999 afirmaba que para los periodistas latinoamericanos el próximo desafío sería estar a la altura de los criterios profesionales más elevados, y que la desesperada necesidad sentida por el público de información verídica y equilibrada es lo que ha llevado a muchos periodistas a emitir códigos de ética.²⁰⁴

II.5.3.1.2. Función y utilidad de los códigos.

Al hablar de los códigos, no podemos desconocer la crítica existente en el seno de la profesión y de la academia en torno a su pertinencia y razón de ser. Hugo Aznar hace un amplio recorrido por las objeciones que se le ha puesto a la deontología que han sido sobre todo cuatro: el riesgo de restringir la libertad de expresión con la ‘imposición’ de un modo

²⁰⁴ Cfr. Comisión de Protección de Periodistas (1999): *Attacks on the Press in 1999*, p. 164, citado por Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, <http://www.fnpi.org/consultorio/que.asp>, consulta: 21-4-08.

único de proceder y concebir el periodismo; su excesiva generalidad y la consiguiente inutilidad a la hora de resolver los problemas concretos; su escasa efectividad por la ausencia de sistemas que garanticen su cumplimiento; reducir la ética periodística a la sola deontología.²⁰⁵ Ante ello, podemos afirmar que los códigos deontológicos cumplen una misión indiscutible por cinco razones:

a) **El reconocimiento público de la dimensión ética de una profesión** o actividad, por parte de los mismos que la llevan a cabo. Frente a una concepción meramente tecnicista de buen profesional y de capacidad de rentabilidad, con la aprobación de códigos se intenta revalorar la profesión por su dimensión moral y al periodista por la ejemplaridad ética en su trabajo. En este sentido, los códigos también sirven de tarjeta de presentación del grupo de profesionales frente a su público para que éste lo identifique.²⁰⁶

En el caso del periodismo, existe la tendencia a entender por profesionalidad el dominio de técnicas y herramientas, aparejado a la rentabilidad y al éxito, sin tener en cuenta el cultivo de las virtudes profesionales. Por la rutina del trabajo diario siempre está el riesgo de deshumanizar el trabajo, lo cual es bastante peligroso teniendo en cuenta la naturaleza de la labor periodística, que implica tratar asuntos muy delicados de las personas y que afectan mucho a la opinión pública.

b) **Especificar los contenidos morales concretos** de una profesión, es decir, las normas y obligaciones que tienen que guiarla. Esta labor prescriptiva de los códigos tiene varios objetivos. Por un lado, conocer los aspectos éticos de la profesión permite a los periodistas tener un punto de referencia para los problemas que se le presentan. Por otro lado, la existencia de códigos combate el relativismo y el subjetivismo pues exigen consensuar un marco común ético de valores, principios y normas a partir de los cuales dialogar y discutir.²⁰⁷ Por último, los códigos van acumulando e incorporando contenidos y problemas éticos a medida que se van actualizando y de esta manera van constituyendo un acervo o patrimonio moral de la profesión, reflejando el progreso ético de la misma.

En este sentido, los códigos tienen la virtualidad de ir construyendo una sensibilidad hacia los valores éticos y profesionales, sobre los cuales ir formando la conciencia moral personal. Sin esta educación de la conciencia moral carecen de sentido y de eficacia los

²⁰⁵ Cfr. Hugo Aznar (1997): "El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo", en *Anàlisi*, N.º. 20. Barcelona, Universidad Autònoma de Barcelona. (pp. 125-144). Disponible en: <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n20p125.pdf>.

²⁰⁶ Cfr. N. Blázquez (1994), op. cit., p. 114.

²⁰⁷ Richard Johannesen (1990), *Ethics in Human Communication*, Prospect Heights, Waveland Press (3ª. ed.), citado por Aznar (1999a), op. cit., p. 35.

códigos y la ética profesional sería algo puramente teórico. Aquí radica la gran importancia de los códigos y es que “recuerdan, orientan y disponen”²⁰⁸ al profesional a ir formándose esa verdadera personalidad ética, ese *ethos* profesional con el que no nacemos y que hay que irse apropiando con el ejercicio de actos y hábitos virtuosos.

c) La existencia de códigos en una profesión ayuda a una persona a defenderse mejor de las presiones externas y a la profesión en sí a hacerse valer y respetar frente a los condicionantes externos.

d) Compromiso de una profesión de llevar a cabo su misión de una forma moral y digna:

La formulación y adopción de códigos son ya un claro *mea culpa* por parte de los periodistas, que con ello reconocen que la prensa y los medios en general merecen en alguna medida las críticas que se le hacen. Por ello, “comprometerse a trabajar de acuerdo con un código de ética es la señal más evidente de la reivindicación de un estatus social mejor por parte del profesional”.²⁰⁹

e) Espíritu de servicio. Los códigos deontológicos no pueden servir para reforzar un espíritu gremial entendido como defensa de unos privilegios de clase, o como incremento del poder de las agrupaciones profesionales. La motivación de los códigos deontológicos tiene que ser hacerse mejores profesionales para servir mejor a la sociedad, es decir, potenciar el espíritu de servicio.

La gran beneficiaria de los códigos es, por tanto, la sociedad, que gracias a ellos puede conocer qué puede esperar y exigir de los periodistas. Y eso se hace especialmente importante en el periodismo, donde no hay una relación directa profesional-cliente y en el que el público está especialmente desasistido.

Por último, cabe mencionar que contar con un código deontológico evita que el control ético se haga desde fuera, y permite discriminar entre los buenos profesionales y los que solo buscan sus intereses personales.

II.5.3.2. Mecanismos grupales: consejos de prensa, tribunales de honor, comisiones de quejas, comisiones de ética.

Para Desantes, el órgano de autocontrol pionero fue el Tribunal de Honor de Suecia, de 1916, con resoluciones estrictamente morales, sin apoyarse en normas escritas ni

²⁰⁸ Luka Braknovic (1978): *Deontología Periodística*. Pamplona, Eunsa, p. 248.

²⁰⁹ Robert White (1995): “A Systemic View of Communication Ethics”, *European Journal of Communication*, vol. X, N° 4, en Aznar, p. 36.

procedimientos.²¹⁰ Estaba compuesto por la Asociación de Editores de diarios y periódicos, y el Sindicato de Periodistas. Le seguirían el Estatuto del periodista en Francia (1935), que contemplaba comisiones especiales de faltas profesionales; el Tribunal de Honor de Suiza (1938); el Consejo Disciplinario y Comisiones de Redactores en Holanda (1948) y el Tribunal de Honor de Luxemburgo (1949).²¹¹ Pero Desantes considera que los verdaderos órganos de autocontrol nacen a partir de 1950, fecha del término de las primeras comisiones reales sobre la prensa, en el Reino Unido, que se consideran las actas fundacionales del autocontrol.

Entre estos órganos grupales hubo desde el principio, como hemos visto, distintas fórmulas y denominaciones, aunque la más generalizada ha sido la del consejo de prensa. Este mecanismo se diferencia de otros sobre todo por su composición, pues normalmente integra tanto a periodistas como a propietarios de un conjunto de medios, y en ocasiones a representantes de la sociedad, mientras que las comisiones de ética o los tribunales de honor de un gremio de periodistas están formados solo por miembros de esas organizaciones.

El Consejo de Prensa británico (1953, 1963) fue un modelo durante muchos años. Nació siendo solo de profesionales hasta que en 1963 empezó a incluir al público. Desde entonces, ha habido tal variedad en los consejos que se han ido creando, por su composición y objetivos, que es difícil una definición que los englobe a todos. Bertrand opta por una definición negativa: no es una comisión gubernamental de censura, ni una comisión de autocensura, ni emana de los usuarios..., y atendiendo a su objetivo: preservar la libertad de prensa de las amenazas gubernamentales y económicas que pesan sobre ella, garantizar el cumplimiento de la misión social de la prensa y obtener el apoyo del público.²¹²

Siendo ambiciosos, según Bertrand, los consejos de prensa deberían supervisar la estructura empresarial de los medios y las políticas de comunicación del país, así como ser un foro de discusión continua sobre los diversos problemas de la comunicación, pero en la práctica se limitan a ayudar a la prensa en su lucha contra la amenaza continua que suponen los gobiernos y a forzar a la misma prensa a rendir cuentas al público. No

²¹⁰ Aunque el Profesor Parra menciona que el primer órgano fue el Consejo de Prensa de Noruega, en 1912. En lección 35 “Los códigos deontológicos y la Ética Periodística” de sus apuntes inéditos para la materia Ética y Deontología Profesional, impartida en la Universidad Complutense de Madrid, 2006.

²¹¹ Ibidem, pp. 126-128.

²¹² Cfr. C-J. Bertrand (1999), pp. 87-91.

obstante, aunque ésta segunda función fuese la única, ya es un logro importante. La recepción y análisis de las quejas del público es la manera de tender puentes entre las empresas y el público y a que se dé un progreso ético en ambas instancias. A través del proceso de análisis del reclamo, que supone escuchar a las partes y emitir una resolución, que debería ser publicada por el medio cuestionado, se le ayuda al público a entender mejor la función que deben tener los medios y a los periodistas y propietarios a interiorizar más sus principios éticos.²¹³

Los verdaderos consejos de prensa son aquellos mixtos, es decir, conformados por miembros de la profesión y miembros externos, excluyendo siempre a representantes gubernamentales, que desvirtuarían el sentido de un órgano de autocontrol, y que tengan una composición tripartita: propietarios, periodistas y usuarios. A este respecto, ha habido desde el principio recelos sobre la conveniencia de que participasen personas ajenas a los medios en los consejos de prensa,²¹⁴ pero autores tan autorizados como Desantes Guanter han afirmado que la forma más depurada de autocontrol es la que admite a representantes de la sociedad, pues es la manera de que ésta considere al organismo de autocontrol como propio y de que confíe en él.²¹⁵

Para Bertrand, el consejo de prensa está llamado a ser el mejor órgano de autocontrol porque representa a la vez a los tres agentes de la comunicación: los inversores que tienen el poder de informar; los productores que tienen el talento de informar y los usuarios que tienen el derecho de ser informados. De la articulación y colaboración entre estos tres grupos depende la efectividad de los consejos, dado que carecen de todo poder coactivo.

Frente a las críticas que pudieran hacerse de que los consejos tienen una actitud hostil contra la prensa, la experiencia demuestra que más bien se han caracterizado por desestimar muchas de las quejas presentadas contra los medios y de distinguir muy bien aquellas actuaciones de los medios que son realmente objeto de denuncia. Por otro lado, a pesar del escepticismo que hay en torno al papel efectivo que realizan los consejos, incluso en el seno de los mismos consejos, hay que admitir que el hecho de que nazcan, especialmente los mixtos, es un signo de salud democrática pues implica que los patrones

²¹³ Cfr. Carlos Soria (1991), *La hora de la ética informativa*, Barcelona, Mitre, pp. 101-102.

²¹⁴ Empezando por el primer Consejo de Prensa británico de 1953, que desoyendo el criterio de la Primera Comisión Real sobre la prensa, no admitió a ningún miembro ajeno a la profesión.

²¹⁵ Cfr. Desantes (1973), p. 180.

reconocen a sus empleados el derecho a opinar en la producción y que los periodistas consideran importante la opinión de los usuarios.²¹⁶

En América Latina el desarrollo de los mecanismos grupales de autocontrol es reciente pero significativo, visto en el contexto mundial en que todavía no son numerosos. En cuanto a los consejos de prensa, existen dos propiamente dichos: el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social (Chile), creado en 1991, que es un consejo mixto de carácter nacional, y el Consejo de la Prensa Peruana, de carácter profesional, de 1996.²¹⁷ No obstante, también se podrá considerar una variante del consejo de prensa a los colegios profesionales latinoamericanos, pues suelen contemplar en sus códigos un tribunal de honor o disciplinario, del mismo modo que los consejos de prensa. Cabe mencionar el Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED) del Colegio de Periodistas de Chile y la Comisión de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá, como los tribunales o comisiones más activos.

El ambiente propicio para los consejos de prensa, según Bertrand, son naciones con alto nivel de industrialización, con democracias pluralistas que posean medios desarrollados y con periodistas verdaderamente profesionales. Igualmente lo manifiesta Desantes Guanter cuando afirma que “el autocontrol únicamente en unos países con una democracia sincera y plena podrá desenvolverse totalmente”.²¹⁸ De todas maneras, dado el bajo número de consejos a nivel mundial,²¹⁹ parece que un factor determinante para su proliferación es el financiero, pues el funcionamiento de un consejo de prensa requiere un presupuesto importante que no todos los medios están dispuestos a afrontar.

II.5.3.3. Mecanismos individuales: el *ombudsman* o defensor del lector.

Ombudsman es una palabra compuesta construida con el término sueco ‘*ombuds*’, que significa “el hombre que tramita”, “el representante”, y la palabra inglesa ‘*man*’, y como mecanismo de autocontrol comenzó a aplicarse en Estados Unidos en 1967, en el

²¹⁶ Cfr. Bertrand, p. 109.

²¹⁷ Según lo asevera el mismo director del Consejo de la Prensa Peruana, Gustavo Romero, en <http://www.media-accountability.org/html/frameset.php?page=library2>, consulta: 1-6-07. No obstante, Bernard menciona que el CPP nace en 1997 (Ibídem, pp. 111-113).

²¹⁸ Cfr. Desantes (1973), p. 160.

²¹⁹ Una compilación hecha por C-J Bertrand y publicada en la web del Consejo de Prensa de Washington (www.wanewscouncil.org/World, noviembre 2007) registra 35 consejos de prensa en todo el mundo, la mayoría localizados en el centro-norte de Europa, además de España, Turquía, y Chipre; en Canadá, Estados Unidos, Oceanía (Australia, Nueva Zelanda y Papúa Nueva Guinea), países asiáticos como India, Indonesia, Corea del Sur, Taiwán y Tailandia y en Tanzania, en África.

Louisville Courier-Journal, dos años antes que en Suecia.²²⁰ Se trata de un defensor del lector creado en los periódicos para atender las quejas y reclamos del público sobre posibles abusos o faltas del periódico y para velar por el comportamiento ético del medio. Su misión es ejercer la crítica interna en el periódico, dando explicaciones al público sobre el modo de proceder del medio y trasladando las quejas del lector al director. Suelen tener una columna periódica en el diario.

Para los investigadores colombianos Velásquez y Cadavid, la figura del defensor se vincula con la protección del derecho a la información y la libertad de expresión y es un modo concreto de los medios de comunicación de responder al principio fundamental que sustenta esos derechos: la responsabilidad social.²²¹

Sobre la expansión y eficacia del *ombudsman* en Estados Unidos, los autores coinciden en que no es demasiada por varias razones: en primer lugar la económica, pues para muchos diarios supone disponer de un presupuesto del que carecen; en segundo lugar, esta figura puede reducir la autoridad y la responsabilidad del redactor jefe; por último, tener en la redacción a una persona que supervisa y fiscaliza el trabajo de los periodistas es algo incómodo y puede crear problemas morales.²²² Otras desventajas son que, en su mayoría, los *ombudsman* no poseen la independencia y autoridad que requeriría su función, pues no tienen capacidad de decisión para publicar alguna excusa pública que sea necesaria, y a veces degeneran en una mera operación de relaciones públicas.²²³

A pesar de todas estas dificultades, hay que decir a favor del *ombudsman* que demuestra por parte de la empresa que lo implanta una voluntad ética y un signo de humildad, aparte de que es tender puentes hacia el público, favoreciendo de forma concreta su participación. Lo contrario, que haya empresas que aún se muestren renuentes a crear esta figura, evidencia una mentalidad arcaica y contraria al proceso imparable de democratización de la comunicación.²²⁴

²²⁰ Cfr. C. Soria (1991), op. cit., p. 104. Aunque Gerardo Albarrán (SdP N.º. 50, 2002) y Herrera y Pozo (SdP N.º. 76, 2005) afirman que fue en 1922 en Japón donde inició esta figura.

²²¹ Cfr. César Velásquez y Humberto Cadavid (2002): “El defensor del público: una figura por descubrir”, en *Palabra-Clave*, N.º. 6 (julio 2002), Bogotá, Universidad de La Sabana, p. 125.

²²² Cfr. Ettema, J.S. y Glasser, Th., “Public Accountability or Public Relations?” *Newspaper Ombudsmen define their role*, en *Journalisme Quaterly*, primavera 1987, pp.3-12, citado por C. Soria (1991), op. cit., p. 106.

²²³ Cfr. Theodore L. Glasser en “L’ombudsman de presse aux États-Unis”, en Bertrand, op. cit., pp. 281-282.

²²⁴ Cfr. Carlos Maciá Barber (2006): *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Los paladines contra el periodismo descaminado*, Madrid, Editorial Universitas S.A., p. 35.

Un hecho significativo a favor de esta figura lo constituye la recomendación que hizo la Asamblea del Consejo de Europa al Consejo de Ministros el 1 de julio de 1993 de crear el *ombudsman* europeo. En dicha sesión se aprobó por unanimidad el Código Deontológico del Periodista Europeo, en el que se hace una defensa decidida de los mecanismos de autocontrol. Cinco años después, la Comisión Europea celebró en Bruselas un encuentro sobre deontología y prácticas periodísticas internacionales, en el que se destacó el *ombudsman* como uno de los principales sistemas de autorregulación.²²⁵

Asimismo, hay muchos periodistas que defienden enérgicamente esta figura. Para Joaquín Estefanía (El País) es una manera que tiene el diario de defenderse de los poderes económicos y financieros y para Mario Mesquita, primer *ombudsman* de Portugal, el defensor completa el sistema de autorregulación, que sería insuficiente solo con códigos y jurados éticos, pues dota de mayores garantías al ciudadano.²²⁶ A su vez, los ilustres periodistas colombianos Javier Darío Restrepo (Defensor del Lector en los diarios El Colombiano y EL TIEMPO) y Germán Rey (Defensor del Lector en EL TIEMPO, en 2000-2002) son convencidos partidarios de esta figura autorreguladora.

El defensor del lector y su presencia concreta en una columna del periódico, al hacer presente a un público anónimo y abstracto, que exige ser respetado, con su realidad y sus problemas, es un acicate para hacer más responsables a los medios. La reacción crítica de los lectores exige y mueve a los medios hacia un mayor rigor y mejor cumplimiento de su función y les recuerda una y otra vez su razón de ser, por eso son estos mismos medios los que deberían promover y permitir dicha participación crítica.²²⁷ A través del *ombudsman* se reconoce el papel del lector y es un modo de democratizar el medio y de obtener credibilidad social, pues a través de este espacio cuestionan la calidad del medio y le obligan a corregir y reconocer públicamente sus errores. Del mismo modo, para Diego Araujo, defensor del lector del diario HOY, de Ecuador, esta figura expresa la convicción de lo esencial que es para un medio conocer las necesidades, percepciones y reacciones de los lectores.²²⁸

²²⁵ Ibidem, p. 76.

²²⁶ Ibidem, p. 79.

²²⁷ Cfr. Felipe Burbano (1997): "Reflexiones sobre los propósitos y posibilidades del '*ombudsman*'", en "Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles", en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, pp. 134 y ss.

²²⁸ Cfr. Diego Araujo Sánchez (1996): "Perfiles de la Defensoría del Lector" en *Chasqui*, N°. 54, jun. 1996, Quito, Editorial Quipus-CIESPAL, p. 61.

Ian Mayes, *ombudsman* de *The Guardian* (Reino Unido), expresa que a través de esta figura no solo se redefine la relación de los medios con sus públicos a través de un diálogo civilizado y la confianza mutua, sino que se fortalece la democracia. Con la corrección y tratamiento de errores y quejas que emiten los propios ciudadanos, por ejemplo en las columnas semanales de algunos diarios, se les brinda a éstos la capacidad de expresarse y de sacar conclusiones sensatas en que basar sus opiniones, y esto va consolidando la cultura democrática.²²⁹ Además, el *ombudsman*, promoviendo la función crítica del lector cumple dos funciones importantes: primero, canaliza y desarrolla los hábitos críticos de las comunidades, fortaleciendo la democracia; segundo, es un canal entre el diario y los lectores, que fortalece la participación crítica de estos y genera una relación transparente entre los lectores y la información.²³⁰

II.5.4. Otras formas de asegurar la responsabilidad social.

II.5.4.1. Las auditorías éticas y los observatorios.

Otra forma de asegurar la responsabilidad social de los medios, por usar la terminología de Bertrand, y que no podemos considerar estrictamente como autocontrol, son las auditorías éticas, hechas por externos, y los observatorios.²³¹ Ya Carlos Soria en 1991 proponía las auditorías éticas como un modo de mejorar la ética de los medios. Las entendía como una especie de diagnóstico para lo cual existen metodologías como la de Charnley en EEUU, que mide el nivel de verdad en las noticias. En esas auditorías se puede encuestar a los lectores sobre su percepción ética del medio, sobre la línea editorial, sobre la relación del medios con ciertos grupos influyentes, etc... Lo ideal sería que se publicaran los resultados y que se hicieran estudios comparativos de año en año. Además, que no estén hechas por el propio medio, sino por un organismo neutral que podría cotejar los resultados con los de otros medios.²³²

Los observatorios de medios, a su vez, representan una de las formas de control de los medios por parte de la sociedad civil, la cual, gracias al importante soporte de la red, está asumiendo el protagonismo y papel que le corresponde. Según la experta peruana Rosa

²²⁹ Cfr. Ian Mayes (2006): “La ética de la democracia desde la responsabilidad social de los medios”, en A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la C.S. (2006): *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS, p. 26.

²³⁰ Cfr. Diego Araujo (1996), op. cit., p. 62.

²³¹ A veces también se usa el término ‘veeduría’ como equivalente a ‘observatorio’, pues procede de ‘veedor’ (“Que ve, mira o registra con curiosidad las acciones de los otros”, RAE, 22ª. ed.). En Perú y otros países andinos es frecuente para nombrar las acciones de control ciudadano a los administraciones públicas.

²³² Cfr. C. Soria (1991), op. cit., pp. 107-108.

María Alfaro, los observatorios vienen a suplir los límites de la autorregulación, en la que los medios tienen aún largo camino que recorrer y obstáculos a superar, como la tendencia de los propios medios y periodistas a la autodefensa y su renuencia a rectificar.²³³ Según Alfaro, “los observatorios son un buen instrumento para que los medios se miren al espejo, se evalúen y mejoren tanto en su funcionamiento como en la calidad de su oferta”.

Haciendo de los medios y de sus contenidos objeto de análisis e investigación —y asunto de discusión pública— desde muchas perspectivas, la aparición de los observatorios tiene sobre todo una motivación ética generada por el creciente descontento de los públicos sobre la labor de los medios. Así lo demuestra Susana Herrera en un estudio sobre observatorios.²³⁴ A la vez, el nacimiento de los observatorios se produce en un momento de movimientos democratizadores y movilizadores de la sociedad civil.²³⁵

Es importante señalar que, además de reivindicar a la sociedad civil, los observatorios se fundamentan en defender la información como un servicio público. En este sentido, la profesión informativa, por gozar de numerosas garantías y privilegios constitucionales, asume deberes y responsabilidades de primer orden.²³⁶ Justamente estos presupuestos, como ya hemos visto, son los que sostienen la teoría de la responsabilidad social y el enfoque del derecho a la información que se ha ido desarrollando desde la mitad del siglo pasado hasta ahora en los documentos deontológicos y en las distintas formas de autocontrol.

Como ejemplo relevante en el continente americano destacamos el *Observatório da Imprensa* (Observatorio de prensa), vinculado a la Universidad Estadual de Campinas (Brasil), en la red desde 1996.²³⁷ Se concibe a sí mismo como entidad civil no gubernamental, no corporativa y no partidaria, y un foro permanente en el que los usuarios de los medios, organizados en asociaciones desvinculadas del ámbito periodístico, pueden expresarse y participar activamente en el proceso comunicativo.

²³³ Cfr. Rosa María Alfaro (2006): “Aportes de los observatorios a la autorregulación ética” en A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la C.S. (2006), op. cit., p. 75.

²³⁴ Cfr. Susana Herrera (2005): “Retrato en diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina”, en *Sala de Prensa*, núm. 84, Año VII, Vol. 3, página web: www.saladeprensa.org, consulta: 5-2-08.

²³⁵ Cfr. Germán Rey (2003b): “Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de medios de comunicación en América Latina”, en la página web de Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, www.veeduria.org.pe/rey.htm. Consulta: 9-2-08.

²³⁶ Cfr. <http://www.observatorioidaimprensa.blig.ig.com.br/>, consulta: 17-11-2007.

²³⁷ Tomado de la página web oficial: <http://www.observatorioidaimprensa.blig.ig.com.br/>, consulta: 17-11-2007.

De este modo, partiendo de los presupuestos del *Observatório da Imprensa*, los observatorios son otra instancia, la de la sociedad civil, encargada de exigir la actuación responsable de los medios. Surgen en Estados Unidos (*media-watching*), uniéndose a los otros mecanismos existentes como el *ombudsman* y la crítica de medios, y cabe mencionar en ese país dos observatorios importantes: el *Fairness & Accuracy in Reporting*, fundado en 1986 para fiscalizar la intromisión de los poderes económicos y políticos en la prensa, y la *Accuracy in Media*, de 1969, que estudia las distorsiones liberales en la prensa americana desde una postura conservadora.

En Europa hay que destacar el *Observatoire de la Presse*, en Francia, surgido en 1995, el *Observatório da Imprensa* de Portugal, del mismo año, y el *Media-Watch* de Gran Bretaña. En Suramérica, aparte de Brasil donde surgen en 1992, hay observatorios desde 1999 en Colombia, Bolivia, Chile, Ecuador, México Argentina, Guatemala, El Salvador, Venezuela y Perú y hoy se puede decir que hay un acelerado crecimiento de observatorios en la región.²³⁸

Por su parte, en los objetivos que se plantea el Observatorio Francés de Medios vinculado al *Media Watch Global*, surgido a raíz del Foro Social Mundial del 2002 de Porto Alegre (Brasil), se aprecia claramente el enfoque de la responsabilidad y del derecho a la información pues se propone “defender la información como un bien público y revindicar el derecho de los ciudadanos a ser informados”.²³⁹

II.5.4.2. Las asociaciones de consumidores: la fuerza del público.

Otra de las formas grupales de asegurar la responsabilidad de la prensa la constituyen las asociaciones de usuarios o consumidores de los medios, que cada vez tienen un mayor protagonismo y presencia en el debate público sobre la pertinencia ética de los medios. Juntamente con los observatorios, constituyen los modos principales como la sociedad civil, por sí misma, está asumiendo organizadamente un papel activo en el desarrollo de la comunicación. Y no solo por la actividad propia que pueda hacer la asociación en cuanto a pronunciarse sobre el contenido de los medios y ejercer presión, sino porque son el cauce ideal para representar a los públicos en los distintos órganos de control y de autocontrol. En este sentido, nos parece necesario diferenciar los observatorios y otras iniciativas similares —en las que normalmente hay profesionales de la comunicación— de las

²³⁸ Cfr. Rosa María Alfaro (2006), op. cit., p. 92.

²³⁹ Cfr. Susana Herrera (2005), op. cit.

asociaciones de usuarios, que representan de modo más genuino los intereses de las audiencias y los públicos.

El movimiento de consumidores y usuarios cobra fuerza a partir de los años 60 en EEUU, muy apoyado por el presidente Kennedy.²⁴⁰ Europa también se preocupó del tema y ya en 1975 el Consejo de la entonces Comunidad Económica Europea emitió una resolución para proteger y potenciar la figura del consumidor. Años después, en 1993, el Código Europeo de Deontología del Periodismo aprobado por el Consejo de Europa recomendaba la creación de asociaciones de usuarios de los medios.²⁴¹

En España es relevante el papel que le otorgó a los usuarios la Comisión Especial del Senado que en 1994 estudió los contenidos televisivos. En su informe final expresaba que “en una sociedad libre, los telespectadores son vistos como los mejores reguladores de los medios de comunicación, incluida la televisión” y prestó mucha atención a las preocupaciones y denuncias de estos organismos.²⁴²

Como ejemplo, la Asociación de Telespectadores y Radioyentes (ATR), nacida en España en 1985, tiene entre sus estrategias hacer campañas para que el público presione a las empresas que se anuncian en programas televisivos no éticos, lo cual ha provocado la supresión o cambio de horario de algunos de esos espacios y que los empresarios se vayan concienciando del problema. Esta presión de la ATR generó disconformidad entre el empresariado mediático español que empezó a acusarla de conservadora y de querer volver a la censura, pero la defensa de la legalidad y de los códigos vigentes que hace la ATR, así como la importancia creciente que están adquiriendo los usuarios, descalificaban de entrada esas acusaciones.²⁴³

Este movimiento asociativo, más o menos desarrollado en los distintos países, es la muestra de la transformación real de los públicos de meros entes pasivos en protagonistas activos del proceso informativo, como ya dijimos más arriba. Dicho protagonismo está desplazando de algún modo al de los periodistas²⁴⁴ y haciendo que sean los receptores los que tienen la sartén por el mango, como dice Fernández Areal: “el público, principal

²⁴⁰ Cfr. Aznar (1999a), *Comunicación responsable*, Ariel, Barcelona, p. 189.

²⁴¹ Cfr. Manuel Núñez Encabo (1995) “Código europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa)”, en Bonete Perales, Enrique (coord.) *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos, pp. 252 y ss.

²⁴² Cfr. Senado (1996): Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos, Madrid, Servicio de Publicaciones de la Secretaría General del Senado, p. 141.

²⁴³ Cfr. Aznar (1999a), p. 199.

²⁴⁴ F. Colombo (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona, Anagrama, pp. 213-214.

responsable de lo que se difunde, por su adhesión o su rechazo a los medios, es cada vez más crítico, más capaz de discernir la verdad de la mentira, la limpieza en el proceso de su tergiversación y alteración en beneficio de alguien o de algo”.²⁴⁵ En este sentido, se puede hablar de la fuerza del público como un contrapoder pues tiene una capacidad de influir en los que influyen y de decidir sobre los que deciden.²⁴⁶ De este modo, las asociaciones de usuarios de la comunicación se constituyen en la resistencia o militancia activa del público en contra de aquellas actuaciones mediáticas que pueden vulnerar sus derechos.

No hay que olvidar el factor tecnológico como un motor propulsor de este proceso de empoderamiento de su papel en la comunicación por parte del público y que éste, antes que nadie, debería aprovechar al máximo. Los blogs y todos los recursos comunicativos que proporciona la Internet eliminan distancias entre emisores y receptores, entre periodistas y audiencias, y promueven una interactividad enormemente útil para articular la participación real de los públicos en el proceso informativo.

El papel de las asociaciones de usuarios está adquiriendo una progresiva importancia, y siendo cada vez más objeto de estudio, pues se está descubriendo su potencial a la hora de favorecer la participación de los públicos y de replantear la relación de los medios con sus audiencias. Su creciente relevancia va en paralelo con el surgimiento del periodismo de servicio, cívico o ciudadano, como una corriente revitalizadora del periodismo que busca conectar a los medios informativos con las necesidades reales de la comunidad.²⁴⁷ Este movimiento está cobrando fuerza especialmente en Chile.

II.5.4.3. La enseñanza de la ética periodística.

Para Bertrand la enseñanza de la ética periodística no solo representa un elemento que contribuye a desarrollar los medios de asegurar la responsabilidad social sino que constituye, en sí mismo, uno de esos medios como proceso a largo plazo. Un buen ejemplo lo encontramos en Estados Unidos. En los años 90 la deontología y la responsabilidad social fueron unos de los temas más tratados en los seminarios de capacitación y actualización para periodistas, realizados desde universidades y centros especializados, lo

²⁴⁵ Cfr. M. Fernández Areal (1998): *Información y Público. Análisis de un caso en la Prensa canaria*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra, p. 16.

²⁴⁶ Cfr. Francisco Iglesias (1994): “Las audiencias, un contrapoder informativo”, en Fernández Areal, M. (dir.): *Comunicación Social*. Jornadas sobre comunicación social. Pontevedra, 3-8 octubre de 1994. Santiago de Compostela, Escola Galega de Administración Pública, pp. 54-58.

²⁴⁷ Cfr. Susana Herrera (2008): “La participación del público en los medios de comunicación”, en *Sala de Prensa*, N° 103 (mayo 2008), Año X, Vol. 4. En: <http://www.saladeprensa.org/art729.htm>, consulta: 1-5-08.

cual incidió positivamente en el ejercicio periodístico.²⁴⁸

Por otro lado, hay una percepción generalizada entre los periodistas estadounidenses de que durante los años 80 y 90 aumentó el nivel de responsabilidad y de sensibilidad ética en el periodismo, a la vez que se incrementaba el número de periodistas contratados por los medios que eran graduados universitarios. La correlación es clara: si en ese periodo el porcentaje de periodistas contratados por los medios que tenían título universitario aumentó considerablemente y coincidió con una progresiva mejora del desempeño ético, se podía inferir que una causa importante de ese progreso fue la enseñanza universitaria, aunque esto les costase reconocerlo a los mismos profesionales.²⁴⁹

Aunque también han contribuido mucho la actividad investigadora y divulgativa de la universidad, así como la relación cercana de la academia con los medios a través de seminarios y congresos, la enseñanza en el aula se considera el factor más influyente en la formación ética de los periodistas. Esto también lo atestigua el hecho de que la mayoría de universidades norteamericanas impartan la asignatura de ética periodística y que, según un estudio hecho por la Asociación Americana de Editores de Periódicos (ASNE) en 1990, una gran parte de redactores jefes la consideren útil para la formación profesional.²⁵⁰ Como veremos en el capítulo V de esta investigación, la implantación de la asignatura en el 91,4% de los planes de estudio de Periodismo o Comunicación Social de los cinco países andinos seleccionados, corroboran también dicha afirmación.

Bel Mallen expresa la importancia de la formación ética del periodista al hablar de la conciencia profesional como la primera norma sobre la que opera el autocontrol.²⁵¹ Recoge de Carlos Soria que la formación de la conciencia no es otra cosa que “operaciones libres, actos plenamente humanos: eso defiende y eso salvaguarda la libertad de conciencia”²⁵² y recuerda que la conciencia profesional está al servicio de la información del público como principal sujeto de la información.

El papel fundamental de la enseñanza de la ética y de la deontología periodística lo resaltó la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) en su Asamblea

²⁴⁸ Cfr. Arnold Ismach (1999): “Écoles de journalisme et déontologie aux États-Unis”, en Claude-Jean Bertrand (1999), op. cit., p. 203.

²⁴⁹ Ibídem, p. 205.

²⁵⁰ Ibídem, p. 208.

²⁵¹ Cfr. J.I. Bel Mallen (1992): “El autocontrol de la actividad informativa”, en J.I. Bel Mallen et al: *Derecho de la Información (I)*. Madrid, Colex, p. 302.

²⁵² Cfr. Carlos Soria Sáiz (1989): *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona, Mitre, citado por J.I. Bel Mallen (1992), op. cit., p. 302.

General del 1 de abril de 2006, en la que lamentaba la desatención al tema por parte de las facultades de Ciencias de la Información.²⁵³ Basándose en lo que consideraban una crisis social que se estaba viviendo en ese momento especialmente en el campo informativo y en las recomendaciones de los consejos deontológicos de la FAPE y del Colegio de Periodistas de Cataluña, aprobaron dos propuestas; a) instar a las Facultades de Ciencias de la Información a introducir las materias de Ética y de Deontología profesional como materias troncales y b) que la Conferencias de Decanos de dichas facultades tuviesen en cuenta a la FAPE para elaborar los diseños curriculares.

En esta línea se encuentra el actual decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Francisco Javier Davara, para quien la formación académica y la responsabilidad son dos rasgos fundamentales que caracterizan a cualquier profesión. En el caso de la periodística, según Davara el profesional debe tener “los conocimiento adecuados, el respeto a la verdad y la adecuación a la norma deontológica para ejercer la función de informar”. Estas afirmaciones denotan una defensa decidida de la formación universitaria de los periodistas e, indirectamente, de la enseñanza de la deontología.²⁵⁴ De hecho, dicha facultad es de las pocas públicas que contemplan la materia de Ética y Deontología de la Información en el plan de estudios de Periodismo.

La iniciativa de la FAPE nos parece muy significativa por reflejar la sensibilidad ética que hay en un sector del periodismo español, acorde con el enfoque que sostenemos en esta tesis acerca de la importancia de la formación ética para garantizar un ejercicio realmente libre y responsable de la labor informativa y para lograr la eficacia de los mecanismos de autocontrol.

²⁵³ Cfr. FAPE (2006): “La enseñanza de la ética y de la deontología del periodismo en las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación/Periodismo”. Asamblea General de la FAPE, Burgos, 1-4-06. Disponible en: <http://www.fape.es/images/descargas/Etica.pdf>, consulta 24-5-08.

²⁵⁴ Cfr. Francisco Javier Davara Rodríguez (1991): “Profesionales de la Comunicación”, en Ángel Benito (dir.) (1991): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 1108-1109.

Capítulo III

MARCO HISTÓRICO Y ACTUAL DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN LOS PAÍSES ANDINOS

Para realizar el análisis de la deontología y de la enseñanza de la ética periodística e identificar cómo ha evolucionado en ellas la perspectiva de la responsabilidad y el autocontrol, se hace necesario un análisis previo del contexto. Primero, unos breves antecedentes históricos para comprender cuáles han sido los rasgos característicos del periodismo en Latinoamérica y en los países en cuestión, a través de los elementos sociopolíticos que lo han ido configurando; después, un sucinto recorrido por el origen y evolución de los mecanismos de autocontrol, en términos generales y en cada país, con los que ‘dibujaremos’ el panorama actual de la ética y la autorregulación en la realidad latinoamericana y andina. Desde aquí tendremos bastantes elementos de análisis para comprender el desarrollo y la evolución de los códigos éticos y los otros mecanismos de autocontrol así como del modo de plantear la enseñanza de la ética en las universidades.

III.1. ANTECEDENTES GENERALES Y CONTEXTO ACTUAL DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN LATINOAMÉRICA.

III.1.1. Antecedentes históricos generales del periodismo latinoamericano.

III.1.1.1. Inicios del periodismo.

Es interesante remontarnos a los orígenes del periodismo latinoamericano para descubrir algunos aspectos que explican la situación actual en los países andinos¹. Sobre todo veremos cómo se pasa de un periodismo gacetista a un periodismo revolucionario en la época independentista, lo que hace que la prensa sea históricamente mucho más política que informativa.²

Perú y México son los dos países que ya contaban con un sistema informativo antes de la conquista, asentado en una tradición de escritura muy antigua.³ En el caso de Perú, el Imperio Inca había desarrollado una red informativa muy completa: los chasqui, que eran mensajeros a pie que transmitían oralmente en Cusco todo lo que acontecía en los rincones del Imperio. Igualmente, Perú siguió a México en la instalación y funcionamiento de la imprenta, pues el primer libro impreso en Lima data de 1584, cincuenta años después que

¹ Para ello nos basaremos especialmente en Juan María Guasch (1990): “La prensa en Iberoamérica”, en Pierre Albert, *Historia de la prensa*, Madrid, Rialp, p. 149 y ss. y en Antonio Checa Godoy (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Sevilla, Alfar, p. 15 y ss.

² Cfr. Niceto Blázquez (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*, Madrid, BAC, p. 266.

³ Cfr. Enrique Ríos Vicente (1994): “El periodismo en Iberoamérica”, en Alejandro Pizarroso: *Historia de la prensa*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, p. 467.

México. Por hacer una comparación, no fue hasta 1638 que llegó la imprenta al Colegio de Harvard, en las colonias del norte, y hasta el siglo XVIII no se generalizó la imprenta en América del Sur.

Asimismo, el protoperiodismo, unas sencillas hojas de noticias, también surgieron en las dos focos centrales de la época colonial, México (capital del Virreinato de Nueva España), en 1541, y en Lima (capital del Virreinato del Perú), en 1594. Ambas ciudades serán las más prolíficas en los inicios del periodismo en las distintas hojas volantes que surgieron, llamadas relaciones o gacetas. Pero no será hasta 1722 cuando surja propiamente el primer periódico, la *Gaceta de México* de 1722, a la que siguieron la *Gazeta de Goathemala* (1729), la *Gazeta de Lima* (1743), la *Gaceta de la Habana* (1764), la *Gaceta de Santa Fe de Bogotá* (1785), *Primicias de la cultura de Quito* (1792) y *Telégrafo Mercantil* de Buenos Aires (1801). No obstante, el primer periódico diario, el *Mercurio* de Valparaíso (Chile), no nace hasta 1827.

Las gacetas del siglo XVIII, que representan un hito en el mundo informativo colonial, surgen fruto del ambiente de la Ilustración, pero son las gacetas literarias y los mercurios el vehículo por excelencia del pensamiento ilustrado para extenderse en la nueva sociedad hispanoamericana, pues expresaban el pensamiento criollo urbano sobre sus preocupaciones sobre la nueva patria.⁴

Desde principios del XIX, las colonia españolas se suman al patriotismo monárquico en contra de la invasión napoleónica, pero a la vez empiezan a manifestar sus ideas emancipadoras y revolucionarias, sobre todo en el Virreynato del Plata. A partir de 1810, con la libertad de imprenta proclamada por las Cortes de Cádiz, inicia un periodismo claramente emancipador, interrumpido por la Restauración de la monarquía de Fernando VII (1814-1820) y retomado en 1820, con el Trienio Liberal, que aprueba nuevamente una legislación de imprenta liberal. La prensa en las colonias se convierte en el principal medio de difusión de las ideas emancipadoras, pues la mayor parte es una prensa doctrinal liberal que contribuye a construir el pensamiento independentista. De todos modos, la prensa se alinea a corrientes contrapuestas: liberales/conservadores, centralistas/federalistas, monárquicos/republicanos.

Se puede decir que a comienzos del siglo XIX el periodismo americano había llegado a una primera madurez, por la cantidad y variedad de periódicos. Tras la independencia, a

⁴ Cfr. Enrique Ríos (1994), op. cit., pp. 469-471.

partir de 1826, la prensa tuvo un gran desarrollo por la ausencia de controles que hubo durante en el virreinato y el nuevo clima de libertad y debate que se generó en las antiguas colonias. Esta prensa tuvo hasta 1870 un componente político muy fuerte, Aunque los escritores románticos también crearon pasajeras revistas literarias, la realidad es que predominaba el periódico nacido expresamente a favor o en contra de un político o de una corriente política⁵. En el siglo XIX, y tras la independencia, la prensa latinoamericana, paralelamente con lo que sucedía en España, se transformó en un instrumento que dictadores y facciones políticas usaban para difundir sus ideologías y ambiciones.⁶ Por otra parte, eran comunes los políticos exaltados de la oposición al gobierno, que hacían uso del libelo, pero que implantaban una drástica censura cuando llegaban al poder, como el presidente García Moreno en el Ecuador de mitad del XIX.

El periodismo fue evolucionando desde fines del XIX hasta 1918 hacia un periodismo informativo. Fue determinante en ello el progreso técnico que supuso la introducción de la rotativa, la linotipia y el telégrafo, y a que desde 1874 Brasil y Argentina estuvieran unidas a Europa por un cable transatlántico. Además, otro factor determinante fue la fuerte inmigración europea. A partir de 1900 las ciudades latinoamericanas se llenaban de italianos, españoles, portugueses, alemanes y chinos, cambiando el perfil urbano y el de los lectores, lo que exigió grandes tiradas y la conversión al periódico-empresa.⁷

A fines del siglo XIX nos encontramos ante una proliferación de periódicos ya que la mayoría de capitales latinoamericanas, exceptuando algunos países centroamericanos, bordeaban o superaban el centenar de títulos⁸. En ese momento, concretamente en el último tercio del s. XIX, se dio también el despegue de la prensa diaria, pues surgen muchos de los grandes periódicos actuales, y se pasa de la prensa como instrumento político al periódico-empresa. La permanencia y crecimiento de estos diarios se debió a que representaban una corriente política y social y a que eran verdaderas empresas familiares: la familia Cano y *El Espectador*, en Colombia; la familia Edwards y *El Mercurio*, en Chile, o la familia Mantilla y *El Comercio*, en Ecuador.

⁵ Cfr. Antonio Checa Godoy (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar, p. 11.

⁶ Cfr. Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2007): “Un estudio comparado de los medios en América Latina”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel, p. 92.

⁷ Cfr. Jesús Timoteo Álvarez y Ascensión Martínez Riaza (1992): *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid, Mapfre, p. 180.

⁸ *Ibidem*.

En definitiva, el ritmo de crecimiento histórico del continente, siguiendo las pautas del modelo español, estuvo marcado por una renuente industrialización y una tardía transición hacia las instituciones liberales que condujeron al desarrollo de una prensa muy politizada, que hubiese mayor intervención pública y una débil profesionalización en contraste con aquellos países que siguieron el modelo liberal y corporatista democrático.⁹

Las formas peculiares del desarrollo en España y el sur de Europa, exportadas a América durante la colonia, han influido notablemente en el cariz que adquirió la prensa. Mientras que el protestantismo, la industrialización y el dinamismo de los pequeños comerciantes, artesanos y granjeros del norte europeo introdujeron una prensa masiva, la tradición contrarreformista del sur y el poder de la aristocracia latifundista promovieron una prensa literaria y política orientada a las élites. En consonancia con esto, es comprensible que la prensa latinoamericana históricamente se haya orientado hacia una élite urbana reducida, tendencia que no contribuyó a la alfabetización masiva ni a la integración de las culturas indígenas a la cultura impresa. Es por esta razón también que la difusión masiva de la prensa no se consolida en América Latina hasta bien entrado el siglo XX, entrando a competir con una radio y televisión que le impidieron lograr el alcance social que ya estos dos medios estaban consiguiendo.¹⁰

A la vez, la prensa latinoamericana se ha convertido en un instrumento para el clientelismo y partidismo político más que para la crítica, debido a la inexistencia de partidos políticos e instituciones de la sociedad civil sólidos. Los principales periódicos han dependido y dependen de personalidades con aspiraciones políticas. Así lo afirman también Restrepo y Herrán quienes expresan que los medios escritos y radiales, especialmente, han nacido fruto de esa relación: “políticos metidos a periodistas o periodistas que han incursionado en la política han dado origen a periódicos y emisoras como instrumentos de proselitismo político y no como medios de información periodística”. Esto explica que los medios latinoamericanos sean tan poco independientes frente a los políticos y sus partidos.¹¹

Es notoria la tardía profesionalización periodística, que trae como consecuencia la precariedad laboral y el pluriempleo del periodista, lo que le priva de las condiciones

⁹ Cfr. Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2007), p. 92.

¹⁰ *Ibíd.*

¹¹ Cfr. María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (1995): *Ética para periodistas*. Bogotá, Tercer Mundo Editores, pp. 183-184, y Fabián Garcés (1993): *Ética en la comunicación*, Quito, Cronos. Comunicación para el Desarrollo, p. 103.

adecuadas para ejercer con libertad y sin condicionantes económicos su trabajo.

Otros aspectos relevantes de los medios latinoamericanos han sido la intervención pública en el sector, lo que se ve en la dependencia de la publicidad estatal, y la insuficiente regulación del sector, mantenido por poderosos vínculos políticos. Muestra de ello es la gran concentración televisiva existente en un país latinoamericano como México y del sur de Europa, como Italia, en los que no se ha podido regular los imperios de Fininvest (Berlusconi) y Televisa (Azcárraga).¹²

Desde mitad del siglo XX este modelo europeo convive con el liberal de Estados Unidos, que empieza a ejercer una importante influencia en la región sobre todo a raíz de la creación en 1943, en Miami, de la Sociedad Interamericana de Prensa, de fuerte vocación liberal. Un ejemplo es que Latinoamérica es la única región del mundo, aparte de Estados Unidos, en la que la radiodifusión tiene un tinte fundamentalmente comercial. El hecho es que a día de hoy el ámbito mediático latinoamericano, al igual que el estadounidense, está controlado por poderosos conglomerados transnacionales asentados en los medios electrónicos.¹³

En cuanto a las tendencias futuras, a pesar de esa fuerte tendencia neoliberal mencionada, con un Estado muy encogido, con la progresiva vuelta a la democracia sucedida desde el último cuarto del s. XX en la mayor parte de Latinoamérica, se han ido desarrollando nuevos movimientos sociales y organizaciones de la sociedad civil que cada vez tienen más voz y protagonismo. Al hilo de esto, los medios se han ido haciendo cada vez más contestatarios y críticos, distanciándose del clientelismo político y caminando por una creciente profesionalización, aunque paradójicamente esto se da en paralelo con el hipermercantilismo reinante en el escenario mediático, lo cual representa una de las principales amenazas a las que se enfrentan diariamente los periodistas y la prensa.¹⁴

III.1.1.2. Militarismo y economías dependientes.

Para entender la situación actual de la deontología latinoamericana se hace necesario tener en cuenta algunos elementos sociopolíticos relevantes.¹⁵

En primer lugar, una característica del continente es la presencia militar en los

¹² Cfr. Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2007), p. 93.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Para ello nos basaremos en: Argelia Ferrer (2003): *Periodismo científico y desarrollo. Una mirada desde América Latina*, Mérida (Venezuela), Universidad de los Andes, y en Enrique Ríos (1994), op. cit., pp. 474 y ss.

gobiernos. Desde los primeros gobiernos republicanos de principios del S. XIX, además del caudillismo surgió el militarismo, pues el deseo de poder y enriquecimiento de los líderes independentistas se proyectó al ámbito político, al que se sumaron la burguesía comercial y los militares. Tras esa etapa caudillista, los nuevos países fueron afianzándose en los gobiernos republicanos y en el liberalismo, en medio de una pugna constante entre liberales y conservadores. Posteriormente, de 1900 a 1940 se sucedieron en los distintos países las llamadas dictaduras de orden y progreso, que se alternaron con períodos democráticos. Se trataba de gobiernos militares, autoritarios en lo político y liberales en lo económico.

Otra característica fue que la democratización republicana fue más teórica que efectiva. Los gritos de independencia se inspiraban en la Declaración francesa de Derechos del Hombre y en el pensamiento ilustrado, pero esta democratización republicana no alcanzó a toda la población, fue restringida y selectiva. La clase media letrada y burocrática reemplazó a los funcionarios coloniales. Estas estructuras persisten en la actualidad impidiendo un progreso económico y político.

El proyecto republicano no cuajó en América Latina en instituciones democráticas sólidas, como ocurrió en otros lugares, debido, entre otras cosas, a los golpes de Estado, la corrupción, las violaciones a los derechos humanos y la impunidad.

Por otro lado, en lo económico la independencia no mejoró la economía de los nuevos países que simplemente pasó de manos españolas a manos inglesas, quienes se introdujeron con éxito en esos mercados, persistiendo la economía agraria y minera exportadora, la concentración de la tierra y del capital. Esto se unió a la débil situación tras las guerras de independencia, que obstruyó el desarrollo económico e industrial, y provocó un gran retraso en la industrialización y modernización de América Latina.

A fines del siglo XIX, y calificado por algunos autores como la segunda conquista, Europa volvió a ejercer una importante influencia en América por los movimientos migratorios que se dieron desde ese momento y hasta principios del XX, tanto hacia Estados Unidos como a Argentina, Brasil, Chile y Uruguay. Este fue uno de los factores que influyó en la aparición de una prensa de masas pues la emigración europea aumentó fuertemente la población urbana de las ciudades iberoamericanas y esto a su vez consolidó las grandes cabeceras de dichas urbes, muchas de las cuales aún perduran hoy.

A partir de la Primera Guerra Mundial se pasa de una dependencia cultural y

económica de Europa a la dependencia de Estados Unidos, como lo demuestra la presencia creciente de las agencias de noticias norteamericanas, potenciado por el servicio radiotelegráfico y radiotelefónico de los años 20 y 30. Esto ocasionó que algunos de los medios latinoamericanos más fuertes imitaran el modelo norteamericano, como el *Mercurio*, de Santiago de Chile.¹⁶

Por otro lado, desde 1929 Estados Unidos se convierte en la principal fuente de inversión de capital y en general el siglo XX se caracterizó por la intervención de las diversas potencias económicas en los asuntos internos de Latinoamérica.

Tras la Segunda Guerra Mundial se continuó la alternancia entre democracias, dictaduras y gobiernos marxistas.¹⁷ Simultáneamente, desde esa época se produjeron importantes iniciativas de modernización socioeconómica en la región, con el despegue de la economía y de las industrias de tecnología avanzada, la expansión urbana, la ampliación de la educación formal y la introducción de nuevas tecnologías de la comunicación. Pese a ello, la realidad es que América Latina no se ha modernizado ni desarrollado económicamente al tiempo que Estados Unidos y que Europa. Los modelos de desarrollo adoptados han fracasado y lo que han producido es una enorme dependencia tecnológica y la formación de grandes conglomerados transnacionales que penetraron el entramado productivo de las economías latinoamericanas.¹⁸ Esto la ha puesto al margen de la riqueza que proporciona la industrialización y el comercio internacional y de poder implantar una sociedad de la información para todos sus miembros.

La experiencia latinoamericana es que las políticas liberales y globalizadoras han aumentado su pobreza. Mientras que los sectores dinámicos de dichos países están compitiendo internacionalmente, una gran parte de la población queda excluida. Según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en algunos casos la liberalización del mercado ha ido acompañada de mayor desigualdad y de reducción del ingreso de los más pobres.¹⁹

Este empobrecimiento junto con el debilitamiento del Estado y de la política, conduce a que reinen las leyes del mercado, con la consecuente concentración de capital, de la información y el poder, y el aumento de la pobreza y la exclusión política. Además de la

¹⁶ Cfr. Juan María Guasch (1990): "La prensa en Iberoamérica", en Pièrre Albert, *Historia de la prensa*, Madrid, Rialp, pp. 171 y ss.

¹⁷ *Ibidem*, p. 175.

¹⁸ Cfr. Orlando Araujo (1974): "La industrialización de Venezuela", en VV.AA. *Venezuela, crecimiento sin desarrollo*. México: Editorial Nuestro Tiempo/Universidad Central de Venezuela, p. 243.

¹⁹ PNUD (1999), p. 129, citado por A. Ferrer, op. cit., p. 51.

deuda y de las condiciones de los mercados, también hay que mencionar la corrupción de gobernantes y de los organismos públicos y la escasa educación del recurso humano. A este respecto, ciertos estudios demuestran que entre el 40% y 60% de los investigadores latinoamericanos viven y trabajan fuera de sus países.²⁰

III.1.1.3. Regímenes políticos y restricciones al derecho a la información.

III.1.1.3.1. Regímenes políticos.

Los países latinoamericanos, en sus períodos dictatoriales desde fines de los 60 hasta los años 80, se han caracterizado por un trato drástico y autoritario con los medios, a través de distintas medidas: el cierre y la suspensión, la incautación de ejemplares, el control de personal, los controles económicos a través de la publicidad o los impuestos.²¹ Recordemos en qué años los países objeto de este estudio estuvieron sometidos a esas restricciones y, en su mayor parte, a regímenes dictatoriales militares:

Perú:

- De 1968 a 1980: con el golpe de estado del general Velasco Alvarado, en 1968, que derriba al gobierno conservador de Belaúnde Terry, se inicia un largo período dictatorial de izquierdas hasta 1975 y desde ahí hasta 1980 con el general Morales Bermúdez. Fue de las más propensas a incautar ejemplares y también a ejercer un control de acceso a la profesión, empezando por nombrar como directores de medios a personas afines al régimen. En 1974 se nacionaliza la prensa limeña y se toman medidas muy duras contra la prensa cerrando los diarios más críticos el cierre masivo de revistas subversivas.
- De 1990 al 2000: En la década fujimorista se destaca el autogolpe de 1992, con el que se vuelve a la censura y a la intimidación de los periodistas en el Perú.

Ecuador:

- En 1980 vuelve a la democracia tras largos períodos de gobiernos militares en los que, contrariamente a lo que ocurría en el continente, se respetó bastante a los

²⁰ Cfr. Ana M^a. Cetto y H. Vessuri (1998): "América Latina y el Caribe", en UNESCO (1998): *Informe Mundial sobre la Ciencia 1998*. Madrid: Santillana/UNESCO, pp. 76-77.

²¹ Cfr. Robert N. Pierce (1982): *La libertad de expresión en América Latina*, Barcelona, Mitre, pp. 255 y ss. y Robert T. Buckman (1996): "Current status of the Mass Media in Latin America", en Richard R. Cole (ed): *Communication in Latin America. Journalism, Mass Media and Society*, Jaguar Books, p. 13.

medios de comunicación y las restricciones a la libertad de prensa fueron menores que en otros regímenes militares²².

Colombia:

- De 1948 a 1957: tuvo una guerra civil.
- A finales de los años 70, aunque ya no había censores en los periódicos, la libertad de prensa estaba limitada por controles legales y constitucionales, vinculaciones económicas y políticas, censura previas, incautación y acoso a los periodistas.
- En 1986 todavía existía un impuesto a la exportación de papel y en 1988 y 1990 se dictaron decretos que permitían sancionar a los periodistas por desorden social y político.

Venezuela:

- De 1908 a 1935: dictadura de Juan Vicente Gómez, en la que se careció de una prensa libre.
- De 1950 a 1958: dictadura de Marcos Pérez Jiménez, en la que no hubo una prensa libre. Tras este período, Venezuela vivió uno de los mayores períodos democráticos de la región. No obstante, en los distintos gobiernos democráticos se siguieron empleando el cierre y la suspensión contra los medios que apoyaban el terrorismo de izquierdas, pero se puede considerar que no hubo restricciones serias a la prensa²³.
- De 1999 hasta la actualidad: gobierno de Hugo Chávez. En 2007 inició su tercer período presidencial, que se extenderá hasta 2013.²⁴

Chile:

- De 1925 a 1931: gobierno de Ibáñez, en el que no hubo una prensa libre.
- De 1932 a 1973: período de gran estabilidad constitucional, con el arraigo de numerosos derechos y libertades individuales. Hasta 1973 Chile tenía uno de los mejores sistemas de comunicación de Iberoamérica con una red de medios muy plural.
- Desde el 11 de septiembre de 1973, con el golpe de estado de Pinochet a Salvador Allende, hasta las elecciones democráticas de 1990. El régimen de Pinochet fue el

²² Cfr. Renán Flores Jaramillo (1976): *La prensa en Hispanoamérica*, Madrid, Magisterio Español y Prensa Española, p. 115; y Fabián Garcés (1993): *Ética en la comunicación*, Quito, Cronos. Comunicación para el Desarrollo, p. 177.

²³ *Ibíd.*, p. 129.

²⁴ Cfr. http://es.wikipedia.org/wiki/Hugo_Chávez, consulta: 21-3-08.

más drástico de todas las dictaduras latinoamericanas, pues cerró de golpe todas las publicaciones y radios de izquierdas, que nunca reabrieron pese al retorno democrático.

III.1.1.3.2. Modos de restringir el derecho a la información.

No se puede entender la realidad del periodismo latinoamericano sin conocer la permanente lucha por conquistar y mantener la libertad de expresión, en medio de dictaduras, terrorismo, guerrillas y conflictos permanentes. No cabe duda de que este marco configura un modo de hacer periodismo y de entender la profesión, reflejado de alguna manera en los textos deontológicos y en la enseñanza.

En líneas generales, durante los regímenes dictatoriales los distintos gobiernos ejercieron un control político sobre los medios desde distintos flancos: las fuentes informativas; el cierre o suspensión; la incautación; el control del acceso a la profesión; las presiones económicas y las presiones legislativas. Para mencionar la medida más drástica, el cierre o suspensión, los dos países que más sufrieron fueron Chile, donde súbitamente se clausuraron todos los medios de izquierdas, y Perú, a través de la expropiación de los periódicos influyentes y de radios. Esta situación contrastaba con el control de la información en otros países como Ecuador y Bolivia, que fue mucho más suave.

En cuanto a la persecución y atentados contra periodistas, destacan las brutalidades cometidas por los regímenes de Chile y Brasil. El resto de dictaduras se esforzaron por mantener una apariencia de legalidad para no ser asociados con dichos regímenes, lo cual les hubiera dado muy mala imagen. No obstante, incluso en las naciones más democráticas como Colombia y Venezuela, los periodistas podían ser suspendidos en sus libertades por “amenazas contra el Estado” o por ocasionar angustia entre la gente, y podían ser juzgados por tribunales militares.

La censura, salvo en momentos críticos, no fue muy usada por los gobiernos latinoamericanos por los problemas masivos y críticas que acarreaba, y en todo caso fueron las artes y el entretenimiento los que más la sufrieron. No fue así con la autocensura, que se convirtió en el *modus vivendi* de los periodistas latinoamericanos debido a las presiones del gobierno, al terrorismo y a los intereses empresariales y partidistas. En las entrevistas que Pierce mantuvo con centenares de periodistas la autocensura fue el aspecto más mencionado.²⁵

²⁵ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 274.

Algo típico en la región fueron los ministerios o departamentos de información. Cabe destacar los casos de Perú y Venezuela. Perú tenía un Sistema Nacional de Información muy poderoso, que asumía los periódicos limeños expropiados en 1974 y el sistema de radiodifusión, y la Oficina de Prensa de Venezuela se transformó en un Ministerio de Información y Turismo que poseía menos medios estatales que Perú, pero que ejerció un gran papel en la promoción de los medios del tercer mundo. Además de estas estrategias de propaganda oficial, que no fue excesiva, los gobiernos se procuraban la amistad de algún periódico prestigioso, que eran conocidos como diarios oficialistas.

Pese al intervencionismo estatal en los medios y salvando el caso de Perú, hay que resaltar que normalmente las dictaduras y los gobiernos en AL han mantenido la propiedad privada de los mismos, especialmente de la prensa, intentando controlarla de otros modos. Tanto Allende (1970-1973) como Pinochet (1973-1990) tuvieron pugnas con los medios pero mantuvieron la propiedad. Por otra parte, la propiedad estatal variaba entre los grandes porcentajes que alcanzó en Perú, por las expropiaciones mencionadas, y la minoritaria presencia estatal en Costa Rica.

Esta tradición liberal en los medios es una de las causas del fracaso de las políticas de comunicación de la UNESCO, que propulsaban de algún modo el intervencionismo estatal. De hecho, cuando se restableció la democracia en Perú, en 1980, lo primero que hizo Belaúnde fue devolver los periódicos a sus dueños originales.

Un aspecto destacable es la tradición existente en Latinoamérica por el legalismo y la promulgación de leyes de prensa y de regulaciones de radio y televisión, de lo que se huye en las democracias occidentales por los riesgos de control que implica. Aunque muchas veces esas leyes no se cumplen porque son obsoletas, siempre suponen un arma para los gobiernos y para los periodistas en un momento dado.²⁶

Unido a ello, hay que mencionar la tradición existente en la región de los colegios periodísticos que siempre reivindicaban la aprobación de leyes y estatutos del periodista desde un espíritu de cuerpo y de defensa del acceso y las condiciones de la profesión.²⁷ Estos pedidos eran vistos como amenazas para la libertad de empresa por parte de los gerentes, por lo cual estos evitaban la relación con ellos.

²⁶ *Ibíd.*, p. 273.

²⁷ Como visión crítica de esta tendencia, véase Marcelo Jelen (2001): "Colegios profesionales: periodistas contra el muro", *Sala de Prensa*, N°. 30 (abril 2001), Año III, Vol. 2, <http://www.saladeprensa.org/art212.htm#21>, consulta 1-7-07.

De todo este panorama latinoamericano de dictaduras y regímenes militares de derechas y de izquierdas, se desmarcan tres países democráticos como son Costa Rica, Colombia y Venezuela, que brindan muchas oportunidades para la expresión del público, abriendo caminos para las nuevas funciones que deben cumplir los medios. Estos países han visto la disputa entre dos corrientes sobre los medios; la de aquellos reformadores que los conciben para educar y politizar al pueblo, alineándose con los gobiernos de turno, y la de aquellos liberales clásicos que los conciben como meras empresas lucrativas.

Dado todo lo anterior, es explicable que la primera función de los medios en América Latina haya sido la crítica y el compromiso político.²⁸ Aunque hay otras causas, es un hecho que los derrocamientos de los gobiernos civiles en los 60's y 70's fueron precedidos de fuertes críticas por parte de los medios. Esta marcada politización es un rasgo que asemeja a la prensa latinoamericana con la del este europeo, donde es más acentuada, y de donde se nutre su tradición periodística.²⁹ Esta función crítica podía haber estado aparejada con la inclusión de las opiniones del público y con el pluralismo, pero esto solo se dio en Colombia, Venezuela y Costa Rica.

Por último, es sorprendente que los países con períodos represivos más largos y duros, como Chile y Perú, fueran donde la prensa, sobre todo semanal, realizara un periodismo de investigación desde donde ejerció la resistencia y la oposición a los regímenes, en el contexto del *Watergate* y el auge del periodismo interpretativo e investigador. Este espíritu investigativo fue mucho más creativo en dichos países que en aquellos que disfrutaban de estabilidad democrática.

III.1.1.4. El NOMIC y las últimas décadas del s. XX.

Los años 60 se caracterizaron por el debate sobre la función de los medios como vehículo del colonialismo cultural en AL y por la crítica a la estructura informativa imperante. El caso es que, contrariamente a lo que se esperaba, el crecimiento y modernización de los sistemas de información latinoamericanos corrió paralelo con el empobrecimiento de la población urbana fruto de un modelo de desarrollo dependiente, al que también contribuyeron los mismos medios.³⁰ McQuail afirma, en este sentido, que

²⁸ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 296.

²⁹ Cfr. Buckman (1996), op. cit., p. 3

³⁰ Cfr. Argelia Ferrer (2003): op. cit., pp. 63 y ss.

según la Teoría de la Dependencia los medios son parte del sistema explotador y herramientas del capital extranjero para perpetuar la dependencia e impedir el cambio.³¹

De 1970 a 1985, el pensamiento latinoamericano sobre comunicación estuvo liderado por el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC), iniciado por el Movimiento de Países No Alineados pero desarrollado especialmente por la Comisión sobre Problemas de la Comunicación (Comisión McBride) de la UNESCO, constituida en 1977, a lo cual ya nos hemos referido en el capítulo II. Esta corriente crítica, a la que se vinculó la teoría político-económica de la dependencia,³² se propuso frenar el fuerte desequilibrio informativo existente en la región y la relación dominación-dependencia en lo tecnológico, cultural y a todo nivel, debido al modelo económico modernizador que regía los medios.

En 1987, Pasquali, subdirector general de la UNESCO entre 1984 y 1986, afirmaba que el NOMIC había sido un fracaso en lo político, en lo tecnológico y en lo económico. Según Claret, la causa era porque “los países en desarrollo necesitaban un poder político y un potencial económico y tecnológico del que carecían para implantar ese nuevo orden informativo internacional”.³³ Por otro lado, la prensa occidental enseguida vio en el movimiento un atentado contra la libertad de información, sospechando que por debajo estaban los intereses soviéticos, ya que los países socialistas europeos se sumaron a los países no alineados y a los subdesarrollados en su lucha por el NOMIC. La realidad es que pese a los esfuerzos de la UNESCO por lograr los objetivos del nuevo orden de la comunicación éste no produjo cambios significativos y los desequilibrios se mantuvieron.³⁴

Nos interesa resaltar la importante influencia que ejerció Latinoamérica en la gestación del NOMIC, como lo afirma Sean MacBride en la introducción de su informe “Un solo mundo, voces múltiples”. Además, los estudios y aportes de organismos como el Pacto Andino y el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), con sede en México, fueron decisivos en la construcción del nuevo orden informativo.³⁵ Para Reyes Matta, los propósitos de MacBride siguen siendo tan necesarios y urgentes como en aquel

³¹ Denis McQuail (1991): *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Paidós, pp. 140-141.

³² Cfr. Argelia Ferrer (2002), op. cit., p. 111.

³³ Cfr. Andreu Claret (1994): “Las nuevas reglas del juego”, en *La aldea Babel. Medios de Comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona: Intermón/Deriva Editorial, pp. 51-53.

³⁴ Cfr. A. Ferrer (2003): op. cit., p. 121.

³⁵ Cfr. Fernando Reyes Matta (2005): “Anticipaciones y propuestas en el Informe MacBride”, en *Información Pública*, Vol. III, # 2, Escuela de Periodismo-Universidad Santo Tomás, nov. 2005, Santiago de Chile, pp. 287 y ss.

momento: lograr el acceso a la información, extender la democracia y el pluralismo y conseguir la interacción cultural entre todos los pueblos.³⁶

El NOMIC desembocó en un nuevo paradigma comunicativo como fue el de los medios comunitarios y alternativos, que tuvo su desarrollo y auge en los años 70 y 80. No obstante, fue imparable el proceso de privatización, liberalización y desregulación de los medios latinoamericanos, que se dio desde fines del 80 y hasta la actualidad, además de la modernización tecnológica.

En 1988 se dieron las privatizaciones en México, Venezuela, Perú, Bolivia, Brasil, Argentina y Chile, a la vez que aumentaba la inversión estatal en infraestructura física. La implantación de la economía neoliberal en esos años rompió el monopolio estatal sobre la comunicación pero creó los monopolios privados, con la inversión extranjera.

El proceso de globalización económica y de mundialización cultural ha mantenido y acentuado los desequilibrios en las comunicaciones de AL, que siguen dependiendo de las tecnologías y las producciones de los países industrializados. Frente a esto, cabe mencionar los esfuerzos de organismos internacionales como la UNESCO para fomentar la integración regional en comunicación y las iniciativas de organismos regionales como la Organización de la Televisión Iberoamericana, la Agencia Centroamericana de Noticias, la *Caribbean News Agency* y la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR).

El sistema de propiedad de los medios, mayoritariamente privado, es otra característica de los medios en las últimas décadas, que está provocando, según García Canclini,³⁷ una nueva multiculturalidad en el interior de una misma sociedad, en la que hay grandes distancias entre los grupos que tienen acceso a las TIC's y a los nuevos medios, y entre los que tienen más nivel económico y educativo y los que menos tienen. Pese a ello, es de resaltar que las nuevas tecnologías estén siendo utilizadas progresivamente por medios pequeños y alternativos.

La gran concentración empresarial, con sus dependencias económicas y políticas, es hoy por hoy uno de los grandes obstáculos que tienen los medios iberoamericanos para desarrollar un periodismo responsable, que sirva a la sociedad, que sea participativo y

³⁶ *Ibíd.*, p. 292 y 293.

³⁷ Cfr. G. Canclini (1998), en A. Ferrer, p. 69.

democrático, capaz de generar una opinión pública madura.³⁸ Cada vez es más generalizada la opinión de que los medios latinoamericanos no contribuyen a la educación y al desarrollo por su afán eminentemente lucrativo.³⁹

Hay que mencionar también que dentro de las grandes limitaciones de infraestructura en telecomunicaciones y de acceso a Internet y a todas las nuevas tecnologías hay muchas diferencias entre países y entre las mismas subregiones latinoamericanas. Frente a México, Brasil y Argentina, que en 1999 tenían el 81% de los servidores de Internet,⁴⁰ se encuentran las subregiones andina, caribeña y centroamericana con los más bajos niveles en comunicación y telecomunicaciones.

A pesar de todo ello, hay que reconocer que en el último tercio del XX ha habido un avance legislativo en Latinoamérica en materia de acceso a la información pública y de libertad de expresión, como se demuestra en la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, de 1969, y la Declaración Americana de los Derechos y los Deberes del Hombre. En ambos se considera el derecho a la información como un derecho humano, individual y social y se pone énfasis en el acceso a la información que está en manos del Estado como factor clave para el ejercicio democrático, la recta acción pública y el respeto a los derechos sociales y a la libertad de expresión.⁴¹ La OEA, en su Asamblea celebrada en 2004 en Quito ratificó estas ideas con dos resoluciones sobre “Acceso a la información pública: fortalecimiento de la democracia”. Este espíritu de momento solo se refleja en las legislaciones de Colombia, Ecuador, Jamaica, México, Panamá, Perú, República Dominicana y Trinidad y Tobago. Pese a ello, en estos países por la falta de tradición en periodismo de investigación y la visión mercantilista de los dueños, la falta de garantías jurídicas para el ejercicio libre de las libertades de expresión e información hace que estas leyes estén subutilizadas por parte de la prensa.

Por otro lado, cabe decir también que pese a esta legislación progresista en materia de

³⁸ Cfr. Enrique Ríos (1994): op. cit., pp. 510-511 y Fabián Garcés (1997): “Responsabilidad social de los medios de comunicación en Hispanoamérica”, en J.C. Suárez (ed.): *Medios de comunicación y autocontrol*, Sevilla, Editorial MAD, pp. 67 y ss.

³⁹ Para una crítica de la confusión entre libertad de expresión y libertad de empresa en Latinoamérica y las incongruencias de las empresas mediáticas latinoamericanas, véase Juan Gargurevich (1986): “La Ética en la Empresa Periodística”, en *Chasqui*, N^o. 18 (abril-junio 1986), Quito, CIESPAL, pp. 19-23.

⁴⁰ Según datos del Banco Mundial citados por Herzog (2001), en A. Ferrer, p. 71.

⁴¹ En la Carta Democrática Interamericana aprobada por la OEA el 11-9-2001, citado por Gerardo Albarrán de Alba (2007): “Estado de la libertad de expresión”, en *Telefónica/Ariel* (2007) Tendencias 2007, p. 229.

las libertades de expresión y derecho a la información⁴² los atentados contra ella en la región son preocupantes. En los últimos quince años han sido asesinados más de 150 periodistas en Latinoamérica. En 2006 se produjeron 24 casos. Del mismo modo hasta 2001 diecisiete países de la región mantenían leyes de desacato. El relator especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) detectó en 2001 varias violaciones a la Declaración de Principios así como la utilización de acciones contra la difamación, calumnia e invasión de la vida privada, más con intención de intimidar a la prensa que de practicar justicia. Asimismo, en 2005, el mismo relator de la CIDH denunciaba violaciones a la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión en distintos grados, desde el acoso al asesinato de periodistas, en casi toda la región, entre ellos, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

III.1.1.5. Actitudes de los medios.

Para identificar las líneas que marcaron el ejercicio periodístico en los distintos países, y que se verán reflejadas en la deontología, nos parece interesante la clasificación que hace Pierce de países no atendiendo a la política de los gobiernos sino a la postura adoptada por los medios ante la situación de conculcación de libertades y derechos.⁴³

Por una parte están los medios que asumieron una postura oponente-reveladora. Es la de aquellos medios que optan por hacer una crítica no partidista y una oposición al gobierno, sea cual sea, y que no están sometidos a una doctrina política determinada aunque puedan ser afines a ella. El género para ello es el reportaje revelador o investigador. Paradójicamente, esta actitud no se ha dado tanto en las tres naciones democráticas sino, sobre todo, en uno de los países donde más se restringió la libertad de prensa como es Brasil. Le sigue Perú, que en medio de diarios expropiados por el gobierno, demostró una “resistencia y libertad de espíritu” con semanarios como *Caretas*, de Lima. Chile también ha sido un país donde se ha practicado el reportaje revelador, concretamente en la revista *Ercilla*. En definitiva, la actitud opositora y denunciadora se da más cuando los medios están bajo amenaza y cuando viven en un apartidismo o en un momento de débil pugna entre partidos.

La postura cautelosa fue la más común entre los medios latinoamericanos de países con dictaduras, quizás por los riesgos reales de ser abiertamente críticos. Esta es la actitud

⁴² La Comisión Interamericana de Derechos Humanos aprobó en 2000 la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión y en 2005 la resolución sobre “Derecho a la Libertad de Pensamiento y Expresión y la importancia de los Medios de Comunicación”.

⁴³ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 296 y ss.

de la autocensura o de un modo de expresarse oscuro y complejo con el objeto de insinuar sin llegar a afirmar. No es afín a la postura gobernante pero tampoco al partido de la oposición. Además de Paraguay y Uruguay, los países que se encuadran aquí son Argentina, Bolivia, Ecuador, casi toda Centroamérica y Venezuela. Se evita la crítica editorial imparcial y el reportaje revelador de denuncia. Se asocia esta postura con el conservadurismo, que es la tendencia mayoritaria de los periódicos latinoamericanos.

La postura colaboradora obedece al fuerte partidismo reinante en los medios latinoamericanos, que suelen estar claramente orientados hacia un partido político y es frecuente que el editor de un medio se convierta más tarde o más temprano en jefe de uno de ellos. En cuanto a la vinculación con el partido gobernante, aunque el Gobierno no llegue a absorber los medios, la tendencia a estatizar la economía hace que el gobierno de turno tenga dominado a los medios a través de las concesiones de publicidad. Esto era palpable en Colombia, tanto durante la guerra civil como después.

En la postura integrada los medios son propiedad del Estado en diversas variantes, ya sea porque pertenecen al partido gobiernista o a organizaciones civiles dependientes del mismo, o pertenecen a empresas con capital estatal o a funcionarios del gobierno que son accionistas. Después de Cuba, Perú es el país que más destacó en este aspecto a raíz de la nacionalización de los medios en 1974, a raíz de lo cual tanto la televisión como los diarios importantes eran vehículos de la política estatal. No obstante no se llegó a una estatización completa sino que se mantuvo un cierto capital privado y solo tres diarios en Lima, de poca relevancia, eran totalmente estatales.

Hay que mencionar también que esta postura se da más en los gobiernos de izquierda que en los de derecha, como fueron las dictaduras del cono sur y de Brasil, países en los que se evitó aumentar la propiedad estatal e incluso se disminuyó.

Algunos autores manifiestan como rasgo de la prensa latinoamericana su tendencia a mantener el *status quo* y su vacilación en criticar al poder establecido⁴⁴ y otros afirman abiertamente la coincidencia de la política editorial de los grandes diarios con los objetivos de las dictaduras, salvo en aquellas de signo socialista o nacionalista como en Perú o en Nicaragua.⁴⁵

⁴⁴ Cfr. Buckman (1996): op. cit., p. 3.

⁴⁵ Cfr. Fernando J. Ruiz y Silvio Waisbord (2004): "Los medios de comunicación en América Latina. De la era de las dictaduras a la era de las democracias (1975-2003)", en C. Barrera (coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, Ariel, p. 355.

III.1.1.6. Asociacionismo profesional.

América Latina ha sido una de las regiones más proclives a la colegiación y al gremialismo y donde la lucha profesional por la exigencia de titulación ha tenido más eco. Elie Abel, el miembro norteamericano de la Comisión MacBride, expresaba en un estudio presentado a la Comisión, que “la reglamentación (de la profesión) no está muy difundida todavía; sin embargo gana bastante terreno en América Latina como para ser inquietante.”⁴⁶ Esta tendencia hay que entenderla como fruto de la gran influencia ejercida en los años 70 y 80 por el Movimiento de Países No Alineados junto con la UNESCO, y su Comisión sobre Problemas de la Comunicación, que confluyeron en el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC). Su visión de la comunicación, con claras connotaciones políticas, fue la que predominó en Latinoamérica en aquellos momentos y a la que los mismos pensadores latinoamericanos contribuyeron de modo importante, como ya mencionamos en el apartado III.1.1.4.

La Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) que nace en 1976 va a ser la portavoz en la región de toda esa corriente de pensamiento, especialmente a través del Código Latinoamericano de Ética Periodística que aprobó en 1979 en Caracas.

La UNESCO, en varias reuniones y documentos de la época, promovió el fortalecimiento de las uniones nacionales de periodistas y el establecimiento de un estatuto de la profesión.⁴⁷ Dada la vinculación del NOMIC con todo el bloque soviético y con el pensamiento socialista de los países no alineados, es explicable la sospecha en el empresariado de los medios, desde un pensamiento liberal, acerca de toda exigencia de colegiación o de estatuir la profesión y que siempre arguyeran la amenaza contra la libertad de expresión que implicarían todas esas iniciativas.

De todas maneras, lo controvertido del tema de la reglamentación de la profesión queda en evidencia por la indefinición del Informe MacBride que finalmente no apostó ni por una postura ni por otra sino por un ambiguo equilibrio de intereses de acuerdo a la realidad de cada país.⁴⁸

En 1985 la Corte interamericana de derechos del hombre dispuso que toda obligación de afiliación de los periodistas era contraria a la libertad de expresión y al artículo 13 de la

⁴⁶ En Hernán Uribe (1984): *Ética periodística en América Latina*, México D.F., Universidad Nacional Autónoma de México, p. 82.

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 81.

⁴⁸ MacBride (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*, p. 406, citado por Uribe, op. cit., p. 83.

Convención Interamericana de Derechos del Hombre.⁴⁹ Asimismo se expresaba la SIP en la Declaración de Chapultepec de 1994 y en ese mismo año la UNESCO, con Federico Mayor Zaragoza, da un giro y en su conferencia latinoamericana, celebrada en Santiago de Chile, declara que el acceso al periodismo y su práctica deben ser libres, lo cual suponía un claro rechazo a la colegiación obligatoria vigente en ese momento en varios países de la región.⁵⁰ Para el Comité Mundial de Libertad de Prensa (WPFC) este hecho era muy importante, dado que a pesar de que la Corte Interamericana de Derechos Humanos había condenado la colegiación obligatoria en 1985, la realidad es que era una política común en numerosos países, aunque más teórico que real.⁵¹ Para el WPFC la colegiación puede que mejore la situación económica y laboral de los periodistas pero implica el control político y estatal de la información, lo cual supone una trampa y un “venderse”.

Un dato ilustrativo es que la mayoría de países latinoamericanos, excepto Venezuela, han suscrito la Declaración de Chapultepec: Argentina (1994), Bolivia (1994, 2002), México (1994, 2006), Paraguay (1994, 2007), Uruguay (1994), Brasil (1996, 2006), Chile (1997), Colombia (1994, 2003), Costa Rica (1996, 1998), Ecuador (1999, 2003 y 2006), Perú (2001, 2002, 2007).⁵²

En el año 2000, la UNESCO manifestaba que esta tendencia pro colegiación tendía ya a retroceder.⁵³ De los países de nuestro estudio, Colombia y Perú derogaron en 1998 las legislaciones que exigían la titulación o la colegiación, Chile lo hizo en 2001 y Ecuador en marzo de 2008, aunque dicha obligatoriedad en la práctica no se cumplía y el acceso y ejercicio de la profesión era libre. El único país, de nuestro estudio, que mantiene la exigencia de colegiación es Venezuela donde rige desde 1972, con la Ley del Ejercicio del Periodismo, que crea el colegio de periodistas. Éste fue reforzado con la Ley de Ejercicio del Periodismo de 1994, la cual fue ratificada en julio de 2004 por el Tribunal Supremo. La Constitución vigente (1999) también expresa la obligatoriedad de la colegiación. Desde 1999 la vida política del país está condicionada por el régimen autoritario de Hugo Chávez, como veremos en el apartado III.6.

⁴⁹ Cfr. Henri Pigeat, Jean Huteau (2000): *op. cit.*, p. 40.

⁵⁰ Cfr. Niceto Blázquez (2002): *op. cit.*, pp. 268-269.

⁵¹ Cfr. V.S. (1994): “El fin del carnet”, en Diario *El Mundo* (Madrid, 8-7-1994).

⁵² Recogido de la página oficial de la SIP: www.declaraciondechapultepec.org, consulta: 3-2-08.

⁵³ Cfr. Henri Pigeat y Jean Huteau (2000): *Déontologie des médias. Institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*. París, UNESCO (pp. 21, 40-41).

III.1.2. Desarrollo y contexto actual del autocontrol en Latinoamérica.

Aunque es difícil delinear unos rasgos comunes de la deontología y el autocontrol en América Latina por las notables diferencias entre la veintena de países que la componen, sí se puede percibir una constante que es interesante tener en cuenta para después analizar por separado la realidad de los países andinos objeto de nuestro estudio.

III.1.2.1. Códigos latinoamericanos supranacionales.

III.1.2.1.1. Código Latinoamericano de Ética Periodística (1979)

El código de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) tiene sus antecedentes históricos en los documentos de la ONU y, especialmente, en el código de la FIP (1954) y en la Carta de Munich (1971). Dichos textos parten de que las libertades de información y de prensa son un derecho fundamental del hombre, el cual debido a su importancia para la vida de la sociedad tiene que ser sometido a las restricciones que conlleva la responsabilidad.

El Informe Geyer (1975), por ejemplo, propugnaba la promulgación de normas éticas que evitaran el abuso de la libertad por parte de los periodistas; y el Informe Jones, de esa misma década, afirmaba la necesidad de acrecentar el sentido de responsabilidad en los medios, dada la gran crisis de credibilidad y confianza social a la que habían llegado.

Todos los documentos emanados de la UNESCO coinciden en exigir un alto grado de responsabilidad, aconsejando incluso sanciones para lograr la eficacia de los códigos. Este aspecto también lo destaca la FELAP en el primer párrafo de su Preámbulo⁵⁴ pues afirma que la sociedad debe establecer normas morales que rijan la responsabilidad de los medios y en el segundo párrafo, donde cita la Resolución 59 de la ONU, de 1946, en el que se previene a los medios de abusar de su libertad.

No obstante, el código de la FELAP se desmarca un tanto de la deontología del momento e incide más en el compromiso y consagración política que deben tener los periodistas, como expresa uno de los principios citados en el Preámbulo:

*(La FELAP) Declara que el periodista tiene responsabilidad política e ideológica derivada de la naturaleza de su profesión, que influye en la conciencia de las masas, y que esa responsabilidad es insoslayable y constituye la esencia de su función social.*⁵⁵

Como dice Blázquez, el texto es hijo de su tiempo, en el que se le pedía al periodista mucho compromiso político. Quizá debamos resaltar el peculiar sistema empresarial que

⁵⁴ Niceto Blázquez, "La Deontología periodística en Latinoamérica", en Bonete Perales, op. cit., p. 288.

⁵⁵ Ibídem, p. 289.

han adoptado los medios de comunicación en Latinoamérica como monopolios oligárquicos, así como el intervencionismo estatal, factores que han conducido al periodismo a moverse históricamente por intereses políticos e ideológicos. A esto se debe que la normativa del código refleje una determinada estructura socio-económica, distinta de las que reflejan los códigos europeos y de otros organismos internacionales. La diferencia radica, según Forero y González,⁵⁶ en que los códigos europeos se basan en la conciencia moral individual del periodista y en el respeto a las instituciones sociales, sobre la base de una mentalidad burguesa utilitarista; por el contrario, el código latinoamericano considera la conciencia moral como una de las formas de la conciencia social. Esto hace que la FELAP supedita la deontología profesional a unas determinadas condiciones políticas, económicas y sociales, pues como dice el mismo código:

(...) la ética profesional debe ser conquistada dentro de la batalla para alcanzar en nuestras naciones un periodismo auténticamente libre.

La carga política del texto se verá también reflejada en la Declaración de Principios de la UNESCO, cuatro años más tarde, en la que el código de la FELAP tuvo clara influencia.⁵⁷

Por otra parte, destacar que el código latinoamericano resultó una demostración clara de la factibilidad de realizar códigos supranacionales inspirados en los principios y en el espíritu de la ONU.

III.1.2.1.2. Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano⁵⁸ (1993)

Este texto ya en su primer punto menciona con claridad la obligación que tienen los periodistas de responder ante su público:

Nuestra autonomía (...) es la única manera de responder ante el público sobre nuestra actuaciones, pues sólo los medios independientes pueden asumir la responsabilidad de lo que hacen. Para cumplir con esta responsabilidad nos comprometemos a: (...)

Es evidente que este artículo primero empieza enfatizando la importancia de la autonomía e independencia para el ejercicio de la profesión, pero lo hace en orden a la responsabilidad de la misma. Podemos apreciar, por tanto, el enfoque ético de la responsabilidad social que tiene este código, pues de entrada no pone todo el acento en el

⁵⁶ López Forero, Luis y González, Luis José (1990): *Ética, comunicación y códigos del periodismo*; Bogotá, El Búho, p. 88.

⁵⁷ Cfr. Niceto Blázquez, op. cit., p. 239.

⁵⁸ Aprobado el 12 de junio de 1993 en Nueva Orleans. Texto tomado de Ernesto Villanueva, op. cit., pp. 46-49.

derecho a la libertad de expresión sino en la misión social del periodismo. Esto lo vemos también en la introducción a la Declaración:

Conscientes de que la función principal del periodismo es la búsqueda y difusión de la verdad sobre asuntos de interés público y la defensa de los valores esenciales del ser humano, y de que esta tarea sólo puede realizarse asentados en la independencia, la aplicación de los altos valores éticos y el empleo del más riguroso instrumental periodístico (...)

III.1.2.2. Autocontrol en América Latina.

En América Latina está habiendo una creciente sensibilidad hacia la autorregulación y el autocontrol. Un estudio de la UNESCO asevera que en los países con sistemas comunistas, como algunos latinoamericanos, a medida que van superando el autoritarismo y recobrando la libertad, la autorregulación se va convirtiendo en un nuevo ideal.⁵⁹ Quizá una de las razones sea porque, una vez vueltos a la democracia la mayoría de países latinoamericanos, y terminados los ataques a la libertad de prensa y de información, queda al descubierto la propia corrupción interna de los medios, que en los regímenes represivos no era tan evidente ni preocupante ante la cuestión de sobrevivir o desaparecer.⁶⁰

III.1.2.2.1. Necesidad y pertinencia del autocontrol.

En un estudio sobre los periodistas del Pacto Andino, realizado en los años 1993-1994 por el Profesor John Virtue, de la Universidad Internacional de la Florida (Miami, EEUU), la preocupación por la corrupción en las salas de redacción resultó ser la prioritaria en Ecuador y Venezuela, y en Perú y Colombia la segunda más importante, después del narcotráfico.⁶¹ Pero lo sorprendente es que los periodistas veteranos entrevistados en ese estudio, la mayoría sin título, decían no conocer a ningún colega que hubiera aceptado soborno en su tarea, cuando el 60% del total de entrevistados manifestó que conocía a alguien que se había dejado sobornar. Virtue infiere de ello que o bien dichos periodistas veteranos aceptan el soborno o que es ya una práctica tan común que no se percibe como corrupta.

En otro estudio realizado en 1997 por el Centro Internacional para Periodistas (ICFJ) a 66 periodistas latinoamericanos sobre las creencias, políticas y prácticas éticas en sus países, las conductas que más requerían ser cambiadas fueron la falta de objetividad y la cultura del soborno. Además, en los resultados del grupo de periodistas andinos se destaca

⁵⁹ Cfr. Henri Pigeat, Jean Huteau (2000): op. cit., p. 19.

⁶⁰ Cfr. John Virtue (1998): "Problemas éticos en América Latina", en *Chasqui*, No. 61, marzo 1998, p. 13.

⁶¹ *Ibídem*, p. 14.

la falta de objetividad y el partidismo en la actitud de los reporteros, y la censura ejercida por los editores.⁶²

En consonancia con el ambiente de prácticas poco éticas en los medios, es interesante destacar la realización del seminario “Periodismo, ética y democracia” en Venezuela, el año 1997, convocado por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y el Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONVEIC), en el que participaron periodistas y comunicólogos de Iberoamérica. En sus conclusiones se destaca la preocupación por el ejercicio real del derecho a la información y se propone como mejor vía la adopción de un mecanismo de autocontrol como es el *ombudsman* o defensor del lector, oyente y telespectador. Asimismo, también se le concede mucha importancia a la formación de los periodistas y al ejercicio ético y responsable de la profesión.⁶³

En agosto de ese mismo año, la Universidad Internacional de Andalucía organizaba un curso sobre autorregulación en el que el profesor ecuatoriano Fabián Garcés mostraba el panorama latinoamericano sobre todo de los medios privados. Éstos no contribuían a la educación y al desarrollo y su estructura comercial causaban, en algún modo, el retroceso o estancamiento del país.⁶⁴

Al año siguiente, 1998, se celebran tres importantes reuniones para debatir sobre la autorregulación: una en La Haya, en la que se reunieron parlamentarios, periodistas y editores que concluyeron que la autorregulación era la única fórmula para conseguir una comunicación más ética y responsable; otra en Cádiz, la I Convención de Periodistas de España, donde apostaron por la autorregulación como complemento y refuerzo de los códigos éticos, para consolidar el compromiso del periodismo con el público y servir mejor a la democracia; y otra celebrada en Recife (Brasil), el XXIII Congreso Mundial de Periodistas, que en su declaración final pidieron con urgencia la autorregulación como la forma más eficaz y menos peligrosa de supervisar la conducta ética.⁶⁵

⁶² Cfr. Centro Internacional para Periodistas (1998): “A.L.: La ética de los reporteros y editores”, en *Chasqui*, No. 61, marzo 1998, pp. 36-37.

⁶³ Cfr. Conclusiones del seminario “Periodismo, ética y democracia”, realizado por la UCM y el Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación en Isla Margarita (Venezuela), el 5 y 6 de noviembre de 1997, en *Chasqui* No. 61, marzo 1998, p. 38.

⁶⁴ Cfr. Fabián Garcés (1997): op. cit., p. 73.

⁶⁵ Cfr. H. Aznar (1999a): Comunicación responsable. *Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel, pp. 13 y ss.

Autores como el colombiano Germán Rey manifiestan que los distintos modos de autocontrol posibilitan un ejercicio más creativo de la libertad de los medios y que hacen innecesario el control externo y las regulaciones, aunque a veces se traben por su poca operatividad, por la escasa credibilidad de los gremios periodísticos o por no ejercer una autocrítica en el seno de los medios.⁶⁶

A su vez, el periodista ecuatoriano Diego Araujo, Subdirector del Diario HOY, hace la correlación entre el alto índice de confianza de que gozaban los medios en América Latina en 1993 —del 60 al 79% en Colombia y Venezuela, y del 40 al 59% en Perú, Chile y Ecuador⁶⁷— y la necesidad de proteger el derecho del público a la información y de promover la participación de los lectores y radioespectadores. Para ello, defendía la figura del *ombudsman*, como espacio de crítica y autocrítica, la real aplicación del derecho de rectificación, la interactividad del público a través de las herramientas tecnológicas y la asociatividad de los usuarios.

Lo que está claro es que la preocupación ética en el ámbito de los medios es creciente. Así lo asevera el periodista colombiano y experto en ética Javier Darío Restrepo, director del Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, creado en 2001,⁶⁸ para quien se está tomando conciencia sobre la necesidad de la ética para dignificar la profesión. Según él, en América Latina hay un clima de decepción en torno a ello pues persiste una idea general de que los periodistas no son un gremio respetable. Esta iniciativa por dignificar la profesión la están tomando más los medios grandes, quienes están instaurando la figura del defensor o incluyendo un código ético en su manual de estilo, pues están comprendiendo que su fuerza empresarial está ligada a la fuerza que tenga el valor ético dentro de la práctica profesional, lo cual además también eleva la calidad técnica.⁶⁹ A ello se añade que estos medios son los que disponen de recursos financieros para mantener un *ombudsman*.

III.1.2.2.2. Auge y expansión de los diversos mecanismos.

Prueba del auge del autocontrol es la proliferación de códigos deontológicos desde la década de los 90 y la progresiva implantación de mecanismos de autocontrol, como

⁶⁶ En “Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, p. 30.

⁶⁷ Según un estudio realizado en 1993 por Barómetro Iberoamericano. En Diego Araujo: “Medios: regulación y autorregulación”, en *Chasqui* No. 61, marzo 1998, pp. 39-41.

⁶⁸ Cfr. <http://www.fnpi.org/consultorio/informe1.asp>, consulta: 21-4-08.

⁶⁹ Cfr. Isaín Mandujano (2003): “La ética periodística en América Latina”, en *Sala de Prensa*, Año V, Vol. 2, (agosto 2003), www.saladeprensa.org/art478.htm, consulta: 21-4-08.

veremos sobre todo en Chile y en Perú. Si nos referimos a los consejos de prensa, con este nombre propiamente solo hay dos en América Latina que es el Consejo de la Prensa Peruana, pero según el informe de la UNESCO ya citado habría que añadir los siete colegios de periodistas latinoamericanos (Chile, Costa Rica, Perú, República Dominicana, Nicaragua, Honduras y Venezuela), que son asimilables en algunos aspectos a un consejo de prensa.⁷⁰

Respecto a los *ombudsmen*, a pesar de que en sus 41 años de existencia a nivel general no han crecido excesivamente en número, en América Latina han tenido acogida en Brasil, México, Colombia, Argentina, Ecuador, Venezuela y Paraguay.⁷¹

En América Latina, el *ombudsman* es el mecanismo autorregulador más extendido después de los códigos éticos. Su aparición en la región es tardía pues data de 1989 en la *Folha de Sao Paulo*, Brasil, país donde más se ha desarrollado esta figura⁷². Los otros dos países donde ha cuajado el *ombudsman* son Colombia, concretamente en los diarios *EL TIEMPO* (1990), *Vanguardia Liberal*, *El Espectador*, *El Colombiano* (1999) y *Diario de Huila*), y México. Según un estudio de 2005 de las profesoras peruanas Zeta y Herrera, además de Brasil, Colombia, y México, existía la figura en los siguientes países: en Puerto Rico (*El Nuevo Día*, 1997), Venezuela (*El Nacional*, 1998), Panamá (*La Prensa*, 2001) y Bolivia (diario *El Deber*, 2003)⁷³. Esto implica que siete de los 20 países de la región tienen *ombudsman*. En ese estudio se omite a Ecuador que cuenta con defensor del lector en el diario HOY, el tercer diario de circulación nacional, que publica una columna semanal los domingos. La figura data del año 1993 y cuenta incluso con un Estatuto del Defensor.

Una muestra de la importancia del tema en la región es el Primer Seminario Internacional de Defensores del Lector, realizado en la Casa Clavigero de Guadalajara en diciembre de 2002, organizado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, el periódico Público, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Fundación Friedrich Ebert y el Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Occidente (México). También

⁷⁰ Cfr. Henri Pigeat y Jean Huteau (2000): op. cit., p. 35.

⁷¹ No obstante, en febrero de 2008 en el sitio oficial de la *Organization of News Ombudsmen* (ONO) solo constan inscritos los de Argentina, Brasil y Colombia, lo que indica que no están asociados todos los defensores. Información obtenida en: www.newsombudsmen.org/ consulta: 3-2-08.

⁷² Cfr. Gerardo Albarrán de Alba (2002): “La figura del defensor de lector en los diarios digitales”, en *Sala de Prensa*, núm. 50, Año VI, Vol. 2, página web: www.saladeprensa.org/art405.htm, fecha de consulta: 5-2-08.

⁷³ Cfr. Rosa Zeta y Susana Herrera (2005): “Situación del ombudsman en Latinoamérica”, en *Sala de Prensa*, núm. 76, Año VI, Vol. 3, página web: www.saladeprensa.org, fecha de consulta: 5-2-08.

la celebración del Congreso “La autorregulación en los medios: el *ombudsman* como una alternativa viable”, los días 27 y 28 de octubre de 2004 en Lima, organizado por la Universidad de Piura (Perú).

III.1.2.2.3. Responsabilidad de los medios y sociedad civil: observatorios y veedurías.

Pero en América Latina se están desarrollando otras vías de promover el ejercicio ético del periodismo y el autocontrol de los medios. A la vez que la información se está convirtiendo en una dimensión vital para la construcción de ciudadanía y ésta es cada vez más consciente de sus derechos, se están articulando formas de participación ciudadana en los medios de comunicación para supervisar y monitorear su calidad ética. Según Germán Rey, los modos de participación de la sociedad civil constituyen una zona intermedia entre la regulación y la autorregulación, en la que se encuentran los observatorios de medios, los movimientos de lectores y audiencias, las veedurías de medios, los consejos y paneles de lectores y las ligas o asociaciones de televidentes.⁷⁴

Aunque inician a mediados de los 90, el auge de los observatorios y veedurías en América Latina se produce desde el 2002, a raíz del Foro Social Mundial de Porto Alegre, con el impulso de Ignacio Ramonet, donde se creó el *Media Watch Global*, que pretende ser una red internacional de observatorios.⁷⁵ Este fenómeno hay que entenderlo, según Germán Rey,⁷⁶ en conexión con la crisis que sufren tanto los medios, por su incapacidad de visibilizar los temas necesarios par la ciudadanía, con el quiebre de la representación y participación política de los partidos, con los graves problemas económicos que desestabilizan la región y muestran el agotamiento del modelo económico. No es de extrañar que ante este panorama se estén construyendo propuestas muy eficaces de construir una ciudadanía mediática, es decir, ya no una masa consumidora sino un público ciudadano, consciente de sus derechos y cada vez con mayor formación y estímulo para utilizar las herramientas que los nuevos tiempos les ponen a su alcance. Es lo que Ramonet llama “quinto poder”, que protege a la sociedad de los abusos de los medios, defiende la información como bien público y reivindica el derecho a saber y a dar a conocer de todo ciudadano. Pero hay un amplio sector que apuesta por los observatorios no desde una

⁷⁴ Cfr. Germán Rey (2003a): “El Defensor del Lector: un oficio en construcción”, en *Sala de Prensa*, núm. 53, Año V, Vol. 2, página web: www.saladeprensa.org, fecha de consulta: 15-11-07.

⁷⁵ Cfr. Concepción Travesedo (2007): “Observatorios de medios” en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel. p. 235.

⁷⁶ Cfr. Germán Rey (2003b): “Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina”, en la página web de Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, www.veeduria.org.pe/rey.htm. Consulta: 9-2-08.

postura enfrentada a los medios sino logrando la cooperación y la alianza con ellos, para entre todos, ciudadanía, medios públicos y privados, academia, construir la esfera pública comunicativa de la democracia.

En la misma línea del Foro Social Mundial de 2002, la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Ginebra, 2003; Túnez, 2005) permitió la participación activa de la sociedad civil, junto con los estados y actores privados, para promover el derecho de la comunicación como condición para la vida democrática y el desarrollo.

Asimismo, no es casualidad que la temática principal de los observatorios y veedurías sean la ética y la deontología periodísticas y que los ejes transversales sean la libertad de expresión y de prensa, el derecho a la comunicación y a la información, la ética, la responsabilidad periodística y de los medios, entre otros.⁷⁷

Pero, en general, los medios poco a poco van comprendiendo que estos mecanismos que movilizan y apelan a la participación ciudadana son eficaces modos de interactuar con sus audiencias, con sectores comunitarios y con organizaciones, y que son una manera de generar confianza y construir credibilidad. Así lo demuestran los programas de prensa-escuela, consejos de lectores, grupos focales de audiencias y estudios que los mismos medios solicitan para evaluar su propia gestión, y sobre todo las nuevas formas que impulsan las TIC's. La tecnología permite ahora nuevas formas de participación que ya se están institucionalizando en las versiones digitales de los periódicos y es evaluar las noticias o hacer comentarios, así como incentivar el debate público entre sus lectores a través de blogs que se crean sobre diversos temas de actualidad. De este modo, promover la participación de la sociedad civil y sobre todo la organizada en asociaciones o agrupaciones de diversos tipos, así como en medios comunitarios —tan importante en Colombia—, se está convirtiendo en una vía fructífera de hacer a la ciudadanía más consciente de sus derechos y a los medios más responsables.

Evidencia de la importancia que los observatorios están adquiriendo en Latinoamérica es la constitución de la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios el 17 de julio de 2007 en Lima, conformado hasta ahora por los siguientes observatorios y veedurías: Doses (www.doseagua.org), de Guatemala; Fucatel (www.observatoriofucatel.cl), de Chile; Observatório da Imprensa (www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br) de Brasil;

⁷⁷ Cfr. Concepción Travesedo (2007): op. cit., p. 238.

Onadem (www.unirbolivia.org), de Bolivia; Red ANDI (www.redandi.org), de Brasil y Latinoamérica, y Veeduría Ciudadana (www.veeduria.org.pe), de Perú.⁷⁸

Esta red se propone vigilar las ofertas mediáticas, fortalecer las metodologías para ello e influir regionalmente en los medios, gremios y empresarios para mejorar la calidad social y ética de los contenidos y lograr su compromiso con el desarrollo y la cultura democrática.

Germán Rey destaca como característica de los observatorios su vinculación con universidades y facultades de Comunicación, como sucede en Colombia (Universidad Javeriana) o en Argentina (Universidad Nacional de Córdoba), o el Proyecto de Medios de Comunicación en Ecuador. Otros han procedido de los propios periodistas como el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), la *Agencia de Noticias dos Direitos da Infancia* (ANDI/Brasil) y el Proyecto Antonio Nariño (Colombia). Y están los impulsados por organizaciones sociales y públicas como la Veeduría Ciudadana de Perú o de iniciativas globales como el Observatorio Global de Medios, Capítulo Venezuela, asociado al Media Watch Global, del que es totalmente autónomo.⁷⁹

Un ejemplo muy ilustrativo es la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social del Perú, creada en 1999 como reacción a la crisis de credibilidad de mucho medios que se habían aliado con Fujimori y Montesinos.⁸⁰ Está promovida por organizaciones sociales nacionales e internacionales con el fin de hacer un seguimiento a los medios, proponer sistemas de autorregulación y regulación democrática y educar a la ciudadanía en sus derechos comunicativos. Este es un ejemplo de la estrecha interacción que tiene que haber entre medios y ciudadanos y una demostración de que, según Rey, “están quedando atrás los tiempos en que los medios vigilaban pero no eran vigilados y en que el derecho a la información se consideraba de los periodistas pero no de los ciudadanos”.⁸¹

A modo de balance general, Gerardo Albarrán destaca que los mecanismos de autorregulación en Latinoamérica han surgido a iniciativa sobre todo privada, ya sea de los empresarios o de los periodistas, y en menor medida de ambos, y los más comunes han sido los escritos: principios editoriales, código de ética, los grupales como un comité o tribunal de ética, o individuales como el defensor del lector. Una carencia importante es la

⁷⁸ Información tomada de la página oficial de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social de Perú: <http://www.veeduria.org.pe/fundacion.htm>, consulta: 10-2-08.

⁷⁹ Cfr. G. Rey (2003b): op. cit.

⁸⁰ Cfr. Concepción Travesedo (2007), op. cit., 238.

⁸¹ Ibídem.

de estatutos de redacción, que deja a los periodistas a merced de las arbitrariedades y políticas mercantilistas de los dueños. Otra particularidad es que los principios editoriales de los medios que los poseen no siempre son públicos, lo cual permite a los dueños moverse sin el compromiso de unos principios públicamente conocidos. En este sentido, los códigos éticos son un refuerzo para esos principios pues explicitan la conducta a la que se compromete un medio y los referentes que se tienen para resolver la casuística profesional.⁸²

III.2. EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN PERÚ.

III.2.1. Elementos históricos del periodismo peruano.

III.2.1.1. Siglo XIX: Dictaduras, caudillismos y florecimiento de la prensa.

Ya hemos visto cómo en Perú está el origen del periodismo latinoamericano, junto con México, por ser los polos de la presencia española en Iberoamérica. Aparte de que Lima ve nacer la segunda gaceta del continente: la *Gazeta de Lima*, de 1743,⁸³ será una ciudad con abundante prensa ilustrada, entre la que destaca el *Mercurio peruano*, que se publicará de 1791 a 1795, convirtiéndose en el principal periódico peruano de la época y de América del Sur. Ya por 1873 había en Lima seis periódicos diarios: *El Comercio*, *El Peruano*, *La Sociedad*, *El Nacional*, *La Opinión Nacional* y *La Patria*.

Perú es de los países donde la guerra de independencia fue más larga pues se extendió hasta diciembre de 1824 con la batalla de Ayacucho. En los tres lustros de guerra aparecieron cincuenta periódicos, sobre todo en Lima, tanto de corte absolutista como independentista, que fue la mayoría.⁸⁴ También surgió una prensa militar, debido a la intensificación de los combates entre 1820 y 1824.

Lo característico de Perú en el XIX van a ser las dictaduras y caudillismos, la guerra con los países vecinos y la inestabilidad política y económica, lo cual impide un crecimiento sostenido de la prensa y la consolidación de los periódicos.⁸⁵ Predominarán

⁸² Cfr. Gerardo Albarrán de Alba (2007): “Estado de la libertad de expresión”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel, p. 234.

⁸³ Según Guasch (1990);, pero Checa Godoy (1993: 18) la data en 1744.

⁸⁴ Cfr. Checa Godoy (1993), “La prensa peruana durante el proceso de Independencia, 1810-1825”, en op. cit., pp. 36-38.

⁸⁵ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “La prensa peruana: de la independencia a la revolución civilista, 1825-1895”, en op. cit., pp. 131-135.

periódicos políticos de corta vida, que surgen para atacar o apoyar a determinado político, que lo normal es que haya ejercido el periodismo en algún momento de su carrera. Las excepciones a estos títulos tan pasajeros serán *El peruano*, nacido en Lima en 1825, convertido en diario oficial, y que en la actualidad puede considerarse el diario más antiguo de Iberoamérica, y *El Comercio*, nacido también en Lima en 1839 con talante liberal, más avanzado que en la actualidad, que es considerado liberal-conservador.

Las dos últimas décadas del siglo XIX serán de gran despliegue de la prensa. Antes de la revolución de 1895, Lima contará con 50 periódicos, muchos de ellos diarios, y hay otros 50 periódicos en el resto de provincias, en las que también floreció el periodismo.

III.2.1.2. Siglo XX: Alternancia de regímenes civiles y militares: descenso de periódicos.

La etapa civilista abarca dos períodos diferentes: de 1895 a 1919, en que hay un régimen liberal conservador al ganar las elecciones Nicolás Piérola, pero salpicado de golpes de estado; de 1919 a 1930, con la dictadura del general Leguía. En la primera etapa, los grandes diarios apoyan al régimen liberal-templado y se produce una gran expansión del periodismo, tanto en diversidad como en estabilidad. Se llega a 167 publicaciones. Con el nacimiento de *La prensa*, en 1903, se puede decir que nace el periodismo moderno⁸⁶ que estuvo caracterizado en esos momentos por estar enzarzado en una lucha política. En este sentido, una de las polémicas políticas más permanentes fue la labrada entre *El Comercio*, partidario del Partido Civil, y *La Prensa*, portavoz del Partido Demócrata⁸⁷. En la dictadura de Leguía hay un retroceso de las libertades pero se avanza en publicaciones que llegan en 1929 a tener 475 títulos, que se redujeron debido a la crisis de 1930, provocada por el crack de la bolsa de Nueva York.⁸⁸

La prensa obrera data de principios de siglo y se vincula al principio a la tendencia liberal, aunque en 1911 aparece el primer diario estable: *La protesta*, de tendencia anarquista, que consigue editarse hasta 1926 a pesar de la dictadura.

Entre 1930 y 1968, en Perú hay una alternancia entre regímenes civiles, bastante débiles, y regímenes militares, lo que somete al país a una continua inestabilidad política y económica, que debilita y reduce el gran número de periódicos existentes así como

⁸⁶ Cfr. Daniel Van Eeuwen (1979): "La revolution peruvienne et les mass média (1968-1978)" en Groupe de recherche sur l'Amérique Latine/Université de Toulouse-Le Mirail. Centre Interdisciplinaire d'Études Latino-Américaines (1979): *Communications de masse en Amérique Latine*, París, CNRS, p. 65.

⁸⁷ Cfr. Carlos Miró Quesada Laos (1957): *Historia del periodismo peruano*. Lima, Librería Internacional del Perú, S.A., p. 187.

⁸⁸ Cfr. A. Checa Godoy (1993): "Perú y su prensa. De Piérola a Leguía: 1895-1930", en op. cit., pp. 253-257.

favorece la concentración. Cabe mencionar que la Constitución Política de 1933 es una de las pioneras en Latinoamérica en defender la libertad de expresión y de prensa.⁸⁹ En diversos momentos hay una fuerte represión contra los periódicos de izquierdas⁹⁰, especialmente los vinculados al partido APRA (Alianza Popular Revolucionaria Americana), así como de otras tendencias políticas opuestas a los regímenes de turno, lo que merma bastante el número de periódicos⁹¹. Es ilustrativo que en 1935, José A. Miró Quesada, propietario de *El Comercio*, fue asesinado y en 1939 el gobierno peruano exigía a los periódicos publicar sus consignas.⁹²

Paralelamente, se iba produciendo una gran concentración de los periódicos en manos de sectores empresariales fuertes, de tal forma que en 1968 toda la gran prensa limeña pertenecía a grupos económicos potentes, menos el clásico órgano aprista *La Tribuna*. Los medios peruanos llegaron a 1968 con uno de los sistemas más fuertes de América Latina, con once periódicos diarios, de circulación nacional, editados en Lima; una radiodifusión muy desarrollada, y una buena exportación de seriales televisivos.⁹³ Por otro lado, Alejandro Miró Quesada afirma que durante el gobierno de Belaúnde se había gozado de una libertad de expresión ejemplar.

Según Hugo Neira —uno de los ideólogos de la socialización o estatización de los medios que efectuó Velasco, nombrado director del diario *Correo* por el régimen— la prensa peruana de los años 50 y 60, la mayoría en manos de la oligarquía, se dirigía a la clase media emergente, evitaba controversias ideológicas y promovía un realismo económico y la eficacia financiera. Imitaba a la prensa norteamericana con su sentido de información-mercancía, y se volvió una prensa simplista, llena de anuncios y de una cantidad de hechos y anécdotas sin ningún análisis, al margen de las turbulencias sociales, conservadora y reacia al cambio social.⁹⁴

III.2.1.3. 1968-1980: Dictadura militar y nacionalización de los medios.

El período entre 1968 y 1980, en el que se suceden dos dictaduras, se puede considerar como un verdadero paréntesis en el desarrollo del periodismo peruano. De hecho, con la vuelta a la democracia en 1980, siendo nuevamente elegido presidente Fernando Belaúnde

⁸⁹ Cfr. Alejandro Miró Quesada (1991): *El periodismo*, Lima, Servicios Especiales de Edición, p. 114.

⁹⁰ Cfr. Enrique Ríos Vicente (1994): “El periodismo en Iberoamérica”, en Alejandro Pizarroso: *Historia de la prensa*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, p. 504.

⁹¹ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “Perú entre el APRA y los militares: 1930-1968”, en op. cit., pp. 355-357.

⁹² Cfr. J. M. Guasch, op. cit., p. 173.

⁹³ Cfr. Robert N. Pierce (1982): *Libertad de expresión en América Latina*, Barcelona, Mitre, p. 180.

⁹⁴ Cfr. Hugo Neira (1973): “El poder de informar” en *Participación*, Año II, No. 2-Febrero 1973, pp. 50-73, citado por Van Eeuwen (1979): op. cit., pp. 65-66.

Terry, y la redacción de una nueva constitución, se deshace lo hecho hasta ese momento, sobre todo la nacionalización de la prensa limeña realizada en 1974. Es significativo que la primera gestión de Belaúnde en su nuevo mandato fuera devolver a sus dueños los periódicos incautados y restaurar la libertad de expresión⁹⁵.

El argumento de los militares de izquierdas del primer régimen, el de Juan Velasco Alvarado, fue que la prensa era objeto de una gran concentración empresarial, y había confundido libertad de prensa con libertad de empresa. En consonancia con las medidas económicas nacionalistas que buscaban despojar de la economía a las oligarquías, se empeñaron en desmontar la red empresarial mediática y en permitir la “plena participación popular”, para que la libertad de expresión fuera un derecho de toda la sociedad y lograrse el cambio social, decidieron expropiar y entregar los principales periódicos a los sectores organizados de la sociedad, que serían los distintos sectores laborales y profesionales agrupados en asociaciones civiles; como no existía tal organización, mientras tanto el gobierno obraría en sustitución de ellos.

En el caso de la radio y la TV se manejó la propiedad colectiva, que era un sistema mixto en el que la propiedad era en parte del Estado y en parte de los trabajadores de dichos medios. En realidad, por la Ley de Telecomunicaciones (9-11-71) el Estado se convirtió en propietario de casi la totalidad de radio y televisiones, pues poseía el 51 % de las acciones de 19 televisiones y era socia en un 25% de 222 radios.⁹⁶ Se mantuvo la propiedad privada en la prensa no diaria de Lima, la prensa provincial y algunas emisoras de radio y TV, y algunos periódicos secundarios de tipo universitario o religioso. El sistema ideado por el régimen se completaba con medios de propiedad estatal, que eran algunos diarios, la Radio Nacional y el Canal 7 de TV. Para los militares gobernantes este sistema favorecería una auténtica prensa independiente, expresión de los distintos sectores sociales, pero en realidad la libre empresa se había eliminado.⁹⁷

En la práctica los militares tardaron en hacer efectiva el traspaso de los diarios expropiados a las sociedades civiles conformadas y una vez hecho esto no dejaron totalmente el control, pues se reservaron el nombramiento de los directores. Esto evidenciaba lo teórico del sistema pues las asociaciones civiles pintaban muy poco. A eso se sumó las pérdidas que dichos diarios suponían para el Estado, lo cual era un bochorno

⁹⁵ Cfr. Alejandro Miró Quesada (1991): op. cit., p. 119.

⁹⁶ Cfr. Daniel Van Eeuwen (1979): op. cit., p. 63.

⁹⁷ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., pp. 186 y ss.

para el gobierno. En definitiva, tanto periodistas, asociaciones civiles, reformadores y el propio gobierno estaban decepcionados del experimento. Se demostró que todo era una excusa para controlar a la prensa, pues ni se entregaron realmente los periódicos al pueblo, ya que dependían estrechamente del gobierno, ni hubo libertad de expresión puesto que los periódicos en sus críticas debían someterse a lo que Velasco denominaba los “parámetros de la Revolución peruana”⁹⁸. Además, se articuló un perfecto y estudiado sistema de control de la información y de los medios de comunicación (Sistema Nacional de Informaciones) como pocas dictaduras de la región lograron tener⁹⁹. El resultado de todo ello fue una prensa uniforme, convertida en meros boletines oficiales del Estado y una disminución del 30% de lectores en el país¹⁰⁰.

A fines de los setenta, el gobierno militar de Francisco Morales Bermúdez, iniciado en 1975, paralizó el proceso de socialización o estatización de los medios y comenzó el camino de la vuelta a la libertad de expresión y una aproximación del régimen hacia el centro-derecha pero también hacia el APRA, opositor de Velasco. En medio de mucha división interna entre los militares, se permite la reapertura de varias publicaciones, a la vez que se ejerce la censura previa y se declara un estado de excepción. No obstante, a fines de 1977 se suprime la censura previa y se autoriza la reaparición de todas las revistas prohibidas. Contrariamente a lo que el régimen de Bermúdez había anunciado al principio, se paralizó el proceso de socialización o estatización de los medios¹⁰¹ y en 1978 se promulgaba una nueva ley de prensa que establecía un nuevo modelo de empresa y permitía que los antiguos propietarios volvieran a adquirir sus medios, además de permitir la creación de nuevos medios.¹⁰² De todos modos, Bermúdez dejó esta tarea de traspaso de propiedad de los medios para la Asamblea Constituyente que fue elegida en junio de 1978 y que inició los trabajos de redactar la nueva constitución, que fue entregada al gobierno en julio de 1979 junto con la convocatoria a elecciones generales para mayo de 1980.

III.2.1.4. 1980: Vuelta a la democracia y conflictos bélicos: Sendero Luminoso.

En 1980, Belaúnde regresaba a poner muchas cosas en su sitio aunque no de modo inmediato excepto la socialización de la prensa, que había sido la única medida del

⁹⁸⁹⁸ Cfr. Dennis Gilbert (1977): *Society, Politics and the Press: An interpretation of the Peruvian Press Reform of 1974*, Documento presentado en la Convención Nacional de Estudios Latinoamericanos (Houston, 2-5 noviembre de 1977), p. 7, citado por R. Pierce, op. cit., p. 185.

⁹⁹ Cfr. Alejandro Miró Quesada (1991): op. cit., p. 118.

¹⁰⁰ Cfr. Van Eeuwen (1979), p. 74.

¹⁰¹ Cfr. Van Eeuwen (1979), op. cit., pp. 75-76.

¹⁰² Cfr. Juan Gargurevich (1991): *Historia de la prensa peruana*. Lima, La Voz ediciones, p. 220.

régimen anterior capaz de movilizar a la oposición, que se lanzó a las calles a protestar enérgicamente.¹⁰³ Por ello, su primera gestión fue devolver los diarios a sus propietarios, algunos de los cuales incluso fueron indemnizados por las pérdidas sufridas en esos doce años.¹⁰⁴

Hay que destacar un problema grave que tuvo que enfrentar Belaúnde el mismo año de su elección y fue el anuncio del extremista Partido Comunista del Perú, más conocido como Sendero Luminoso, del inicio de su lucha armada para derrocar al gobierno y cambiar el sistema. Rápidamente el gobierno promulgó el Decreto Legislativo 46 o Ley Antiterrorista que penalizaba la incitación al terrorismo y la apología del mismo y que fue muy criticado por los sindicatos como atentatorio a la libertad de expresión. A eso se unió la Ley del Desacato de 1981 que modificaba el Código Penal para aumentar las penas por delitos cometidos por medios de comunicación.¹⁰⁵

En 1985 gana las elecciones Alan García, del APRA, con muchas promesas en torno al fortalecimiento de la libertad de expresión y a la libertad de empresa, pero nada de esto se hizo realidad —como tantas otras promesas en los demás campos— pues los medios estatales siguieron al servicio del gobierno y la burocracia del Sistema Nacional de Comunicación Social creció.¹⁰⁶ Además, se ampliaron las zonas de emergencia y aumentó la represión al periodismo en dichos lugares, de modo que la libertad de prensa perdió terreno.¹⁰⁷ Es ilustrativo que en julio de 1988 los periodistas de todas las tendencias se unieron en una marcha contra la continua agresión policial.

Destacamos el aumento de la violencia en las zonas de emergencia entre 1988 y 1991, años en que fueron asesinados muchos periodistas.

La vuelta a la democracia significó una importante renovación del periodismo diario, especialmente en Lima, donde se llegó a la docena de diarios a principios de los 90, pero no aumentó la lectura y Perú llega a uno de los índices más bajos del subcontinente (42 ejemplares por mil habitantes).¹⁰⁸

¹⁰³ *Ibíd.*, p. 223.

¹⁰⁴ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “Perú, 1968-1980”, en *op. cit.*, pp. 474-482.

¹⁰⁵ Cfr. J. Gargurevich (1991): *op. cit.*, pp. 237-238.

¹⁰⁶ *Ibíd.*, p. 255.

¹⁰⁷ Al respecto de las relaciones del gobierno con los medios ante la acción terrorista, véase (1986) Juan Vicente Requejo (1986): “La ética periodística en el Perú”, *Chasqui*, N°. 18 (abril-junio 86). Quito, CIESPAL (pp. 40-42).

¹⁰⁸ Cfr. Checa Godoy (1993): “Después de los militares. El periodismo hoy en Argentina, Brasil, Chile y Perú”, en *op. cit.*, p. 493.

III.2.1.5. 1990-2007: El fujimorismo y la primera década del 2000.

Cuando asume el poder Alberto Fujimori, el 28 de julio de 1990, también afirmó que apoyaría la más amplia libertad de prensa pero la realidad es que recortó la libertad de expresión y recurrió a la censura, especialmente a partir del autogolpe de Estado del 5 de abril de 1992¹⁰⁹. Respecto a los abusos en las zonas de emergencia, bajo control militar, no solo no lo resolvió sino que promulgó un decreto que impedía el juicio civil a militares y evitaba su identificación. Fujimori se desinteresó por los temas de comunicación y desactivó el Sistema Nacional de Comunicación, dejando totalmente la información en manos privadas, y permitiendo la dejadez de los medios estatales, lo que llevó, por ejemplo, al cierre del diario estatal *La Crónica*¹¹⁰.

Pese a ello, se aprobaron varias leyes que mejoraban la situación laboral de los periodistas. Entre ellas, una ley en 1998 que deroga la obligatoriedad de la colegiación. Pero lo que irritó fuertemente a los propietarios de medios fue la supresión de exoneraciones que beneficiaban a las imprentas y la subida del precio del dólar especial para importaciones de 75 a 250 intis, con lo cual se acababa el subsidio del Banco Central de Reserva. No hay que olvidar que la crisis ya se había ensañado con el sector gráfico, pues a fines de 1988 sufrió el cierre de varios medios y recortes de personal¹¹¹.

Los medios y los periodistas han tenido que atravesar situaciones muy difíciles desde 1980. El panorama peruano era de gran conflictividad interna y externa, por la lucha contra el terrorismo y el problema fronterizo con Ecuador, que llegó a su momento crítico con la Guerra del Cenepa entre enero y marzo de 1995. El largo conflicto fronterizo no acabó hasta el 26 de octubre de 1998 con la firma del tratado de paz Ecuador-Perú o Acuerdo de Brasilia. Este clima no era propicio para el ejercicio de la libertad de expresión y fue la excusa perfecta para muchas medidas represivas contra los medios. En 1997, entre las 1800 personas detenidas en nombre de la legislación antiterrorista figuraban periodistas, por citar algunos de los hechos denunciados en los años 90 por organizaciones internacionales como Reporteros Sin Fronteras, el *Committee to Protect Journalists* y la SIP¹¹².

¹⁰⁹ Cfr. Buckman (1996): op. cit., p. 22.

¹¹⁰ Cfr. Juan Gargurevich (1991): op. cit., p. 266-267.

¹¹¹ Ibídem, p. 258.

¹¹² Cfr. Henri Pigeat, Jean Huteau (2000): op. cit., p. 176.

Como balance de la etapa de diez años de autoritarismo de Fujimori,¹¹³ el académico peruano Juan Gargurevich afirma que la aguda corrupción que imperó en las instituciones tutelares tuvo su réplica en los medios de comunicación, especialmente en la televisión, lo cual sumergió a los medios en general en un desprestigio del que todavía se está recuperando.¹¹⁴ A ello se añade un predominio del entretenimiento audiovisual amarillista, en el que priman los modelos culturales foráneos, además de la ausencia de regulación.

Hablando en concreto del periodismo impreso, el descenso de lectura de los 90 es una tendencia que se va acentuando. El elevado número de publicaciones en Lima no es reflejo del nivel de lectura ni de un sano pluralismo sino, por una parte, de la proliferación de prensa popular y “chicha”, promovida por Fujimori para desacreditar a sus adversarios, y por otra, de la concentración editorial en cuatro grandes grupos, que también tienen el control de la prensa de provincias con la red de ediciones locales de las grandes cabeceras limeñas.

En Perú todavía sigue pendiente la ruptura con la concepción del uso estatal de los medios y el debate sobre la estructura de la televisión pública. En el terreno privado, un camino abierto para la prensa seria fue el periodismo de investigación de las revistas semanales informativas, con una tendencia conservadora, como la de *El Comercio*, que tiene su contrapunto en un diario de centro izquierda como es *La República*.

Un hecho destacable, singo de un esperanzador diagnóstico de los medios y del nivel de madurez del público peruano, es la aprobación el 15 de julio de 2004 de la Ley de Radio y Televisión, que surge por el precario marco legal y el sistema de otorgamiento de licencias. En la elaboración de la ley participó activamente la sociedad civil a través de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, como veremos más adelante. La ley también creó un Consejo Consultivo de Radio y Televisión (Concortv), sin capacidad sancionadora, pero que reflejaba la voluntad de autorregulación ética pues ejerció un importante papel de supervisar la elaboración de códigos éticos por parte de emisoras y canales, a lo cual les obligaba la reciente ley.

¹¹³ Exactamente desde el 28 de julio de 1990, cuando asumió el primer mandato, hasta el 22 de noviembre de 2000, en que acorralado por varios escándalos, dimitió desde Japón, donde se exilió. Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Alberto_Fujimori. Consulta: 12-3-2008.

¹¹⁴ Cfr. Juan Gargurevich (2007): “Informe sobre los medios de comunicación en el Perú”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel, p. 124.

III.2.2. Organizaciones profesionales.

Al momento de retornar a la democracia en 1980, los periodistas peruanos estaban agrupados en dos organizaciones: la Asociación Nacional de Periodistas (ANP) y la Federación de Periodistas del Perú (FPP).

La ANP nació en 1928,¹¹⁵ pero según Gargurevich totalmente al servicio de los intereses del diario *El Comercio*, lo cual desnaturalizaba su condición de organismo profesional¹¹⁶. Sus autoridades las nombraban los directivos de dicho diario y los asociados de las provincias eran los mismos corresponsales del diario. Además, la ANP sufrió veleidades políticas al alinearse con la dictadura de Velasco Alvarado y aprobar la expropiación de los diarios de 1974, lo que no la hizo un ente representativo de la profesión¹¹⁷.

La Federación de Periodistas del Perú (FPP) fue fundada en 1950 por Genaro Carnero Checa, dinámico periodista de izquierda y líder gremial y sindical que llegó a dirigir la FELAP en 1976 y a ser representante ante la Organización Internacional de Periodistas (OIP)¹¹⁸. Cuando inició el velasquismo, la FPP fue la más beligerante contra el gobierno. No obstante, estuvo fuertemente dominada por el APRA¹¹⁹ lo que la sumergió en continuas luchas partidistas internas. Pese a ello, hay que reconocerle el logro de varias conquistas laborales.

A principios de 1970 el gobierno promulga un decreto para estudiar la creación del colegio de periodistas, con la intención de separar a periodistas de empresarios, en medio de una fuerte arremetida contra los periódicos. El 6 de febrero de 1970 se promulga la Ley del Periodista que estableció la estabilidad laboral, regulaba las horas extras y labores en feriados y horarios nocturnos, creación de una columna para que todo periodista pudiera expresarse.¹²⁰

Pero fue Belaúnde, nada más retornar al poder en 1980, el que propuso la creación en firme del Colegio de Periodistas del Perú —el último en crearse de la región— el mismo día que decidió la devolución de los diarios a sus dueños. La creación de colegio era una

¹¹⁵ Según consta en la página web oficial de la Asociación Nacional de Periodistas:

<http://www.anp.org.pe/nota.php?id=1631>. Consulta: 3-7-2007.

¹¹⁶ Cfr. Juan Gargurevich (1972): *Mito y verdad de los diarios de Lima*. Lima, Editorial Gráfica Labor, p. 106.

¹¹⁷ Cfr. Amador Navarrete Canales, Profesor de la Universidad San Martín de Porres (Lima), en una entrevista virtual realizada el 2 de julio de 2007.

¹¹⁸ Cfr. Juan Gargurevich (1991): op. cit., p. 179.

¹¹⁹ Ibídem Gargurevich (1991) p. 205-206.

¹²⁰ Ibídem, p. 206.

vieja aspiración de los periodistas y objetivo tanto de la ANP como de la FPP, que había propuesto en 1963 al Parlamento su creación, por lo que fue recibido con mucho agrado por los periodistas, que tenían más un afán de reconocimiento social que defender derechos gremiales. El 1 de octubre de 1980 se aprobó la Ley de Colegiación, al año siguiente el Reglamento y al siguiente los Estatutos del Colegio.

Como antecedente, el mismo Belaúnde en 1965 reconoció oficialmente por ley la profesión, estableciendo la obligatoriedad de la colegiación y la expedición de títulos por las universidades a los profesionales con más de seis años de ejercicio. Esto fue rechazado duramente por diarios como *El Comercio* y generó resistencia en las universidades, sobre todo en la Pontificia Universidad Católica del Perú¹²¹, y en la práctica nunca se exigió a los periodistas la colegiación.

La Ley de Belaúnde de 1980 garantizaba el financiamiento de los colegios con el 1% de ingresos de publicidad de los medios, pero esto nunca se cumplió cabalmente lo que condujo a la crisis económica permanente de los colegios que a fines de los 90 tenían muy poca razón de ser¹²². Por otra parte, la lucha permanente del colegio por cobrar el 1% a los medios, demuestra la pugna y desencuentros constantes entre el gremio y los medios más importantes¹²³. En 1990, con Fujimori y su política desestabilizadora, se elimina ese financiamiento y se produce la debacle en el colegio hasta el día de hoy en que no tiene apenas peso en la sociedad peruana¹²⁴. La misma escasa presencia se puede decir de la FPP y de la ANP, aunque menos esta última por contar con el respaldo del Instituto Superior de Periodismo Jaime Bausate y Meza, que garantiza el apoyo económico.

Hoy por hoy, la entidad periodística que tiene más visibilidad en Perú es el Consejo de la Prensa Peruana, creado en 1996, que agrupa a los más importantes diarios y revistas del país, además de algún medio audiovisual que se va incorporando, pues es el que se pronuncia en los medios a través de su Tribunal de Ética y de su página web, a lo cual se suma la estabilidad financiera de la que goza¹²⁵. No obstante, en cuanto a eficacia

¹²¹ Cfr. J. Gargurevich (1972): *op. cit.*, pp. 122-124.

¹²² Cfr. J. Gargurevich (1991): *op. cit.*, pp. 243-245.

¹²³ Cfr. Juan Vicente Requejo (1986): *El periodismo en el Perú*. Lima, Centro de Documentación e Información Andina, p. 10.

¹²⁴ Cfr. Amador Navarrete, entrevista personal el 2 de julio de 2007. La misma opinión sobre la escasa relevancia del colegio también la tienen Miriam Larco, Secretaria Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, en conversación virtual el 6 de julio de 2007, y la experta Rosa María Alfaro, de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, en conversación personal el 16 de octubre de 2007.

¹²⁵ *Ibídem*.

autorreguladora tiene mayor credibilidad la Asociación Nacional de Anunciantes y el Consejo Nacional de Autorregulación (CONAR), como veremos más adelante.

La obligatoriedad de la colegiación se deroga por la Ley 26937 de 12/3/98 que establece, en sus art. 2 y 3, que de acuerdo a la Constitución (1993) el periodismo puede ser ejercido libremente por toda persona y que la colegiación no es obligatoria¹²⁶. El art. 4 de la misma ley prescribe que la colegiatura obligatoria es para los fines y beneficios gremiales inherentes a la profesión. Esta medida se unía a la ya débil y escasa presencia de los organismos gremiales.

III.2.3. El autocontrol en Perú.

En Perú, los medios de autocontrol existentes en el ámbito periodístico son los códigos deontológicos, procedentes del colegio de periodistas y de las otras organizaciones profesionales, así como de los propios medios, que serán analizados en el capítulo IV, y el Consejo de la Prensa Peruana. La figura del *ombudsman* todavía no ha encontrado eco en el país andino.

Dentro de lo que hemos llamado —usando la expresión de Bertrand— otros medios de asegurar la responsabilidad social, se encuentran los observatorios y veedurías, forma que se ha desarrollado de modo importante en Perú, con la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, y la enseñanza de la ética periodística, muy extendida en las facultades de comunicación social, que trataremos en los capítulos V y VI.

Como ya hemos mencionado, Perú es, junto con Chile, el único país latinoamericano que dispone de un consejo de prensa. Se trata del Consejo de la Prensa Peruana (CPP) surgido en 1996¹²⁷ por iniciativa de los propietarios de los diarios y revistas políticas más influyentes a los que se sumaron los de una televisión y una radio. Su objetivo, según consta en su web oficial, es “defender la libertad de prensa, expresión, opinión e información en el Perú. Asimismo, busca promover y elevar el nivel de ética en el periodismo nacional”.¹²⁸

El CPP nace en un momento de acoso continuo a los medios por parte del gobierno de Fujimori y en el que el país se encuentra en un estado de excepción jurídica, a raíz del

¹²⁶ Tomado del sitio web de la Sociedad Interamericana de Prensa: www.sipiapa.com/espanol/projects/laws-per6.cfm, el 11 de enero de 2008.

¹²⁷ Cfr. Gustavo Romero en <http://www.media-accountability.org/html/frameset.php?page=library2>, consulta: 1-6-07.

¹²⁸ www.consejoprensaperuana.org.pe/, junio 2007.

autogolpe de abril de 1992.¹²⁹ No es casualidad que en ese segundo período de Fujimori (1995-2000) nacieran la mayor parte de instrumentos de autorregulación peruanos, pues fueron años de muchas irregularidades por parte del gobierno, según la profesora peruana Rosa Zeta.¹³⁰ Por eso, el objetivo del CPP, además de la autorregulación de los medios, era la defensa de las libertades informativas y la denuncia de “las injusticias e ilegalidades que impiden el ejercicio del derecho de la expresión y opinión”.

En cuanto a su Tribunal de Ética, se trataba de articular un mecanismo de autocontrol y de atención de quejas de los usuarios, cuyas decisiones fueran de carácter moral, e integrado por seis representantes de la sociedad civil, ajenos al periodismo, de reconocida trayectoria nacional. El último Tribunal estaba compuesto por cuatro catedráticos universitarios y dos ex ministros.

El ámbito de actuación del Tribunal de Ética del CPP es el de los medios asociados al mismo y atiende dos tipos de solicitudes por parte del público: de rectificación y de queja. En el primer caso, la negativa de un medio asociado a publicar la rectificación puede llevarle a la suspensión o separación definitiva del CPP; en el segundo caso, los fallos del Tribunal sobre las transgresiones a la ética periodística denunciadas serán publicados por los medios asociados. Otras funciones del Tribunal son emitir pronunciamientos públicos sobre casos flagrantes de transgresión de valores éticos, emitir resoluciones obligatorias y recomendaciones a los asociados y absolver consultas.

En cuanto a sus efectos, al año de su existencia, el CPP admitía que uno de sus principales logros era haber creado una cultura crítica en los lectores, promoviendo que estuvieran mejor informados y fueran más reivindicativos de sus derechos y de la calidad informativa¹³¹. Igualmente, es importante la cultura de autocontrol que está generando en los medios. De 2002 a 2006, el número de casos tratados fue aumentando hasta llegar a un total de 174 en los cuatro años. Del total, el 55% de los casos fue resuelto favorablemente para la prensa y el 25% en contra, lo que permite avizorar que se está mejorando el ejercicio periodístico.¹³²

¹²⁹ Cfr. Ernesto Villanueva (2002): *Autorregulación de la prensa*, México D.F., Universidad Iberoamericana, pp. 106 y 111.

¹³⁰ Cfr. Rosa Zeta (2005): “Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos”, en *Sala de Prensa*, núm. 76, Año VI, Vol. 3, página: <http://www.saladeprensa.org/art592.htm>, fecha de consulta: 5-2-2008.

¹³¹ Cfr. Consejo de la Prensa Peruana (1999), citado por Bertrand, op. cit., p. 181.

¹³² Cfr. Alfonso de los Heros (2006): “El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana”, en A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la C.S. (2006): *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*, p. 98. Así también lo afirma el entonces secretario ejecutivo del CPP, Gustavo Romero, en

Otro logro de sus dos primeros años fue la reivindicación de los derechos gremiales, pero en oposición a la colegiación, y la promoción de la ley de acceso a la información. También es meritoria su defensa de los medios frente al poder público y en apoyo a la resolución del conflicto fronterizo con Ecuador. Hay que resaltar la importancia de estas actuaciones del CPP, lo cual seguramente ocasionó la relación conflictiva con Fujimori, como sostienen algunos autores, y que es lo lógico en una organización que quiere ser fiel al compromiso adquirido con la sociedad y los medios de defender el derecho a la información.¹³³

En 2007 el Presidente del Tribunal de Ética del CPP, Mario Pasco, era menos optimista con los logros del Tribunal pues consideraba todavía reducidos los casos atendidos, aunque algunos de ellos importantes, y lo atribuía a la falta de conocimiento por parte de la ciudadanía y a la falta de decisión de los medios de cumplir con sus fallos.¹³⁴

Con más escepticismo se pronuncian académicos como el Profesor Aldo Vásquez, Coordinador de Postgrados de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Martín de Porres (Lima), para quien la labor del CPP no es muy eficaz, entre otras cosas, porque las resoluciones que toma no se difunden suficientemente, lo que les resta una real repercusión en la opinión pública. Considera mucho más eficaz el Semáforo Ético de la Asociación Nacional de Anunciantes, pues ha logrado, a pesar de que sus acuerdos no son vinculantes para los miembros, que algunos canales de televisión ‘levanten’ algunos programas, como el de Laura Bozzo en abril de 2008, por presiones de las empresas anunciadoras de retirar sus anuncios del canal. Con la ocurrente metáfora del semáforo, tiene a varios programas televisivos en ‘luz ámbar’ lo que está produciendo que ciertos canales hayan advertido a los realizadores de dichos que modifiquen los contenidos.¹³⁵

A pesar de ello y de las críticas en algunos momentos de servir a los intereses de los dueños de los medios,¹³⁶ consideramos que es meritorio e importante la existencia del CPP para ir creando en el seno de los medios peruanos una conciencia de responsabilidad. De hecho, ciertos frutos ya se están percibiendo, como la aceptación en la sociedad peruana de

“Autocontrol de la información”, A. Cacia y F. Priess (2000): *Ética y responsabilidad. Reflexiones para periodistas*. Bogotá/Buenos Aires, OAPI/F. Konrad Adenauer, pp. 143-153.

¹³³ Cfr. Ernesto Villanueva (2001): *Autorregulación informativa y consejos de prensa alrededor del mundo: una aproximación comparativa*. Tesis Doctoral, Universidad de Navarra.

¹³⁴ Cfr. Mario Pasco Cosmópolis, Presidente del Consejo de la Prensa Peruana, “¿Es útil un Tribunal de Ética para la Prensa?”, en boletín digital del CPP, <http://www.consejoprensaperuana.org.pe/>, junio 2007.

¹³⁵ Información proporcionada por el Pfr. Aldo Vásquez, de la Universidad San Martín de Porres (Lima) en una conversación personal realizada el 14 de mayo de 2008.

¹³⁶ Cfr. A. Navarrete, conversación virtual mantenida el 2-7-07.

los tribunales de ética. La II Encuesta Anual sobre Medios de Comunicación y Política realizada por la Universidad de Lima en mayo de 2006 arrojó datos importantes: un 56.1% - del 60.7% de los encuestados que eran partidarios de alguna forma de autorregulación de los medios- abogaba por un tribunal de ética, mientras que un 42.3% apoyaba una forma interna dentro de cada medio.¹³⁷ Esto indica claramente la confianza que tienen los peruanos en este tipo de instancias y en la fuerza de las sanciones morales.

Otra experiencia exitosa y de mucho futuro que podríamos considerar como una forma de autocontrol es la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Como ocurre con el CPP, aparece en un momento crítico para los medios peruanos como fue el gobierno de Fujimori y el modelo de seguridad de Montesinos, en el que “varios medios fueron comprados con dinero, otros se dedicaron a alabar indiscriminadamente al gobierno, mientras que algunos fueron acallados y perseguidos”.¹³⁸ La Veeduría de Perú se propone la creación de una cultura ética y democrática en los medios y es promovida por organizaciones sociales nacionales e internacionales, haciendo que sea la propia ciudadanía la que, asumiendo el papel que le corresponde, exija unos medios éticos y de calidad. Con este fin, trabaja en varias líneas: observatorio de medios, educación y participación ciudadana en la evaluación y exigencia de cambios en los medios, actividades con y para los medios de comunicación y propuestas legales.¹³⁹ Concretamente, se realizan consultas ciudadanas y monitoreos sobre comportamientos de los medios; el Parlamento Mediático, que es un evento de debate ciudadano sobre la oferta televisiva, en el que el público asume el rol de los congresistas; concursos audiovisuales de propuestas televisivas; caravanas ciudadanas realizadas en plazas públicas que combinan el juego con el debate sobre la oferta mediática.¹⁴⁰

Como consta en el sitio web oficial, todas estas acciones tienen un eje común: “la idea de vigilar y analizar lo que los medios nos ofrecen, protestando y proponiendo cambios, gestionando así nuevas propuestas comunicativas”. La metodología también incluye el diálogo entre ciudadanos y medios, compartiendo el fruto de los análisis y propuestas que nacen del público, en un sano ejercicio de diálogo democrático.

¹³⁷ Citado por Úrsula Freundt (2006), op. cit., p. 20.

¹³⁸ Cfr. G. Rey (2003)

¹³⁹ *Ibídem.*

¹⁴⁰ Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social: <http://www.veeduria.org.pe/quienes.htm>. Consulta: 9-2-08.

Una muestra de los resultados concretos que está logrando la Veeduría es haber conseguido que la nueva Ley de Radio y Televisión 28.278 (del 15 de julio de 2004) incluyera gran parte de su proyecto de ley, respaldado por 80.000 personas de todo el país y por unas 1.000 instituciones y organizaciones sociales. La misma Veeduría afirma que “tenemos una ley que no censura, más bien coloca principios constitucionales y reglas democráticas”.¹⁴¹ Un aspecto importante de esta ley es que en su art. 34 establece la obligación a los titulares de medios radiales y televisivos de elaborar sus propios códigos de ética, individual o colectivamente, en los que se deben incluir disposiciones sobre el horario familiar, mecanismos concretos de autorregulación y el respeto a la cláusula de conciencia. En caso de no adoptar ningún código, los medios se adscribirían al código elaborado por el Estado a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Aunque hasta julio de 2007 solo se habían presentado 224 códigos de ética, un 10% del total de medios,¹⁴² nos parece que es un paso muy importante y esperanzador para el panorama radial y televisivo peruano.

A este respecto, cabe resaltar la interesante labor realizada por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria junto con la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y la Coordinadora Nacional de Radio, desde marzo de 2006, para promover la realización de códigos de ética participativos, involucrando no solo a los profesionales de los medios sino al público¹⁴³.

No todos los efectos son tan visibles pero sí es una realidad la creación de una cultura y una sensibilidad en el público, en los periodistas y en los medios peruanos. Así lo asevera la Veeduría, que haciendo un balance de sus años de funcionamiento así como del crecimiento ético y democrático de la sociedad peruana, estima que la responsabilidad social empieza a asumirse en algunos medios y productores; muchos medios tienen ya su código ético; la Sociedad Nacional de Radio y Televisión cuenta con un Tribunal de Ética; el sector de la publicidad cuenta con el Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria

¹⁴¹ Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social: Sección “Campanas. Balanza mediática que va y viene”: <http://www.veeduria.org.pe/campanas.htm>. Consulta: 9-2-08.

¹⁴² Información proporcionada por Miriam Larco Sicheri, Secretaria Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (www.concortv.gob.pe), organismo autónomo adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones del Perú, en conversación virtual el 6 de julio de 2007.

¹⁴³ Para una información amplia sobre este proceso remitirse a R. M. Alfaro y M. Castañeda (2006): “Hallazgos y reflexiones en búsqueda de una ética comunicativa. Códigos de ética participativos”, en ACS Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006), op. cit., pp. 130-147.

(CONAR),¹⁴⁴ que los anunciantes siguen aplicando su Semáforo Ético¹⁴⁵ a través del Consejo; y funciona un Consejo Nacional de Radio y Televisión (Concortv) que asesora en el cumplimiento de la Ley¹⁴⁶.

Otra iniciativa que da cuenta de la fuerza de la autorregulación publicitaria es que el CONAR ha propuesto y puesto en vigor desde el 1-7-2001 el Código de Ética Unificado de la Industria de la Comunicación Social, que ha sido suscrito por todos los actores de la publicidad, el Colegio de Periodistas de Perú y de Lima, universidades, la Veeduría Ciudadana y por algunos medios. Es un documento corto que desarrolla cuatro principios principales: Veracidad, Respeto a la dignidad de la persona humana y Responsabilidad Social.¹⁴⁷

III.3. EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN ECUADOR.

III.3.1. Elementos históricos del periodismo ecuatoriano.

III.3.1.1. Siglo XIX: Florecimiento de la prensa tras la independencia.

Quito tiene el privilegio de haber visto nacer uno de los primeros periódicos suramericanos: *Primicias de la cultura de Quito*, creado en 1792 casi en solitario por Eugenio de Santa Cruz y Espejo, una de las personalidades de la época. Era un periódico puramente ilustrado que no pasó de siete números, más que otros que le siguieron como *Gaceta de la Corte de Quito* (1809) y *Gazeta de la Corona* (1810), ambos realistas.

La guerra de independencia produjo una verdadera explosión de periódicos que eran hojas informativas relatando los partes de guerra. Los ejércitos vencedores y los perdedores iban fundando periódicos por las ciudades que pasaban produciéndose una

¹⁴⁴ CONAR está integrada por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), por la Asociación Peruana de Agencias de Publicidad (APAP) y la Asociación de Radio y TV (AR&TV). Tiene desde el 1-3-98 su Código de Ética Publicitaria y una Comisión Permanente de Ética. El CONAR goza de mucha credibilidad, y su código ha sido suscrito por los anunciantes, medios y publicistas más importantes, según Miriam Larco, en conversación virtual del 6 de julio de 2007.

¹⁴⁵ Es muy interesante la experiencia ética de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) ha creado en su web (www.andaperu.org) un Semáforo Ético para que los anunciantes evalúen los programas; si el resultado no es positivo, se recomienda no poner publicidad en dichos programas. Información proporcionada por Miriam Larco Sicheri, Profesora de Ética Periodística de la Universidad de Lima, de la Pontificia Universidad Católica de Lima y de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Conversación virtual realizada el 6 de julio de 2007.

¹⁴⁶ *Ibidem*.

¹⁴⁷ http://www.andaperu.org/codigo_etical.htm, consulta: 9-2-08.

verdadera guerra de la propaganda¹⁴⁸. Desde la independencia, que se produce en 1822, surgen diversos periódicos tanto en Quito como en Guayaquil y en Cuenca¹⁴⁹. Pero después de 1830, cuando Ecuador se separa de la Gran Colombia, que agrupaba a Ecuador, Nueva Granada y Venezuela, se produce el verdadero impulso de la prensa. La mayoría de los periódicos serán liberales y surgen en oposición a los diversos gobiernos dictatoriales que se suceden, aunque también aparecen varios periódicos oficiales. Por otro lado, será muy común la prensa en el exilio, como *La linterna mágica* editada en Piura (Perú) por el destacado periodista Pedro Moncayo y que distribuye en Quito Gabriel García Moreno. Éste, paradójicamente, se convertiría después en el dictador y presidente ecuatoriano más importante del siglo XIX. Si antes de ello fue un gran impulsor de periódicos, efímeros y exaltados en contra de los gobiernos de turno, como presidente será un estricto censor de la oposición, entre la cual tuvo al brillante periodista ambateño Juan Montalvo.

A pesar de la fuerte inestabilidad política de todo el XIX, por las continuas dictaduras militares y golpes de estado, se da un florecimiento de la prensa y a fines de siglo hay en el país medio centenar de periódicos, sobre todo en Guayaquil, con una prensa sobre todo liberal y muy política. Hay también una desarrollada prensa provincial en al menos seis ciudades importantes.

Los periódicos estables no aparecen hasta los 80, destacando *El Telégrafo*, que nace en Guayaquil en 1884, primer periódico diario, y que pervive hasta la actualidad, siendo el decano de la prensa diaria ecuatoriana. No es de extrañar que esto ocurriera en Guayaquil, ciudad con un gran movimiento periodístico en las últimas décadas del XIX, momento en el que la ciudad está experimentando su despegue y desarrollo demográfico¹⁵⁰. La prensa también sufre en esa época muchas persecuciones, cierres violentos y exilios de sus editores pues es una prensa liberal opuesta a las distintas dictaduras que se suceden. Es ilustrativo el caso de *La nación*, nacido en 1879, y uno de los diarios más relevantes de la historia guayaquileña, que inicia en 1906 una campaña contra el general Eloy Alfaro, lo que le cuesta la destrucción violenta de sus talleres y la desaparición tras 25 años de vida.

III.3.1.2. El periodismo tras la revolución liberal de Eloy Alfaro.

De 1895 a 1911 se produce el período del general liberal Eloy Alfaro, y tras él diversos regímenes liberales en distintos grados, con una mayor o menor presencia

¹⁴⁸ Cfr. Marco Villarruel (1993): "Períodos y características de la historia del periodismo ecuatoriano", en *Universidad* (Revista de la Universidad Técnica del Norte), No. 5, jul. 93, p. 91.

¹⁴⁹ Cfr. A. Checa Godoy (1993): "El periodismo ecuatoriano en el XIX", en op. cit., pp. 92-95.

¹⁵⁰ Cfr. Camilo Destruge (1982): *Historia de la prensa de Guayaquil*. Quito, Corporación Editora Nacional.

militar¹⁵¹. Esta etapa será la era liberal del periodismo ecuatoriano, en la que se da un crecimiento de la prensa y el predominio político y periodístico de Guayaquil, además de retrocesos en la libertad de expresión. Es una prensa muy ideológica, escenario de la lucha entre liberales y conservadores¹⁵². En esta época queda claro que la prensa liberal se focaliza en Guayaquil y la conservadora en Quito, lo que se evidencia por las publicaciones a favor o en contra de Alfaro. Florece la prensa especializada y la literaria. Es destacable la aparición en 1906 del diario *El Comercio*, de Quito, conservador independiente, y en 1924 de *El mercurio*, en Cuenca, ambos decanos del periodismo en sus ciudades. En 1921 nacería en Guayaquil *El Universo*, actualmente el de mayor tirada nacional.

Los años 20 son difíciles porque hay mucha censura, y mucho más tras el golpe militar de 1925. Al iniciar los 30, Ecuador mantiene las cincuenta publicaciones de fines del siglo anterior, entre ellos veinte diarios.

El periodismo obrero será fuerte en Ecuador, e inicia tempranamente en 1890, con la edición en Guayaquil de *El obrero*. Con Alfaro y la apertura que éste promueve a través de la “libertad de pensamiento y de palabra” se da un importante desarrollo de la prensa¹⁵³.

III.3.1.3. El periodismo durante el velasquismo y las dictaduras militares.

Entre 1934 y 1972, que serán años de incertidumbre económica, la prensa sigue experimentando un desarrollo, pese a que sufrirá algunas arremetidas como la clausura de diarios en 1953, en uno de los gobiernos de Velasco Ibarra, y en 1965 en una de las Juntas Militares. Serán años de modernización tecnológica y del paso de pequeños negocios familiares a grandes empresas industriales, lo cual también supone el paso de una prensa combativa y de opinión a una prensa donde la información es una mercancía más. Este proceso de industrialización de la prensa conduce al nacimiento en 1945 de las primeras Escuelas de Periodismo, fruto de los acuerdos entre directores de periódicos y las universidades¹⁵⁴.

En febrero de 1972, el golpe militar de Rodríguez Lara depone al gobierno constitucional de Velasco Ibarra —que en 1970 había disuelto el congreso declarándose dictador— y se inicia casi una década de dictadura militar. El gobierno de Rodríguez Lara,

¹⁵¹ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “El Ecuador liberal, 1895-1934”, en op. cit., pp. 283-287.

¹⁵² Cfr. Marco Villarruel (1993): op. cit., p. 92.

¹⁵³ Cfr. Wilson Hallo (1992): *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*. Quito, Fundación Hallo, p. 100.

¹⁵⁴ Cfr. Marco Villarruel (1993): op. cit., p. 93.

que detentó el poder hasta enero de 1976 en que renunció, fue de izquierda moderada y no hubo la represión ni desaparecidos políticos que en otras dictaduras¹⁵⁵. De hecho, muchos chilenos se exiliaron en Ecuador de 1973 a 1976. Así lo manifiesta también Fabián Garcés al afirmar que a pese a las dictaduras Ecuador es un país excepcional en cuanto al respeto de la libertad de expresión¹⁵⁶. El Triunvirato Militar que gobernó desde 1976 a 1979, aunque tuvo como objetivo devolver el poder a los civiles, utilizó más la represión para el control de la sociedad. No obstante, la Junta Militar realiza un referéndum en 1978 para aprobar una nueva constitución y se celebran elecciones democráticas en abril de 1979.

Hay que destacar el *boom* petrolero que se produce en esta época y que contribuye a la modernización del país y la caída de los partidos tradicionales, conservador y liberal, que se atomizan en diversos partidos con ideologías más contemporáneas.

En lo que respecta a la prensa, desde 1972 y especialmente con la vuelta a la democracia en agosto de 1979, se produce un gran avance con la aparición de nuevos títulos y la modernización tecnológica, alcanzando altos niveles de libertad de expresión.¹⁵⁷ Paralelamente, la llamada “prensa chica”, constituida por periódicos pequeños, semanarios, quincenarios u ocasionales, van desapareciendo progresivamente, y con ella todo el rico debate político y cultural que generaban.¹⁵⁸

III.3.1.4. De la inestabilidad democrática a la Asamblea Nacional Constituyente.

En los primeros quince años de retorno a la democracia (1979-1995) se experimenta un crecimiento de demanda de diarios debido al aumento de cabeceras, la mejora de la renta per cápita, que elevó el consumo, y el impacto político de la democracia.¹⁵⁹ Sin embargo, es preocupante el aumento de periódicos sensacionalistas y que el más importante, el *Extra*, de un amarillismo extremo, sea el segundo diario en tiraje después de *El Universo*, lo cual refleja, entre otras cosas, que el nivel educativo de un gran porcentaje de la población es todavía bajo. A esto hay que añadir, como indicadores significativos, que actualmente la tasa de analfabetismo es del 7%, que el índice de difusión de la prensa es de 17,8 y que los usuarios de internet apenas representan el 6% de la población.

¹⁵⁵ Cfr. http://es.wikipedia.org/wiki/Guillermo_Rodríguez_Lara, consulta: 24-3-08.

¹⁵⁶ Cfr. Fabián Garcés (1993): *Ética en la comunicación*. Quito, Cronos. Comunicación para el Desarrollo, p. 177.

¹⁵⁷ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “La prensa ecuatoriana en la era de Velasco Ibarra”, en op. cit., pp. 407-410.

¹⁵⁸ Cfr. Eugenio Aguilar A. (1983): “1968-1983: quince años de periodismo”, en Revista *Diners*, No. 21, nov. 1983, Quito, Diners Club del Ecuador, p. 62.

¹⁵⁹ Cfr. Édgar Jaramillo (2007): “Informe sobre los medios en Ecuador”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel, p. 114.

Igual que el resto de la región, Ecuador sufre del mismo mal: una alta concentración empresarial que condiciona el ejercicio profesional y la práctica deontológica. En 1997, Fabián Garcés, ex ministro de Comunicación del país, afirmaba que más de la mitad de los medios estaban en manos de seis familias.¹⁶⁰ Igualmente, el investigador ecuatoriano Marco Ordóñez alertaba de que las oligarquías económicas y políticas eran las que realmente dirigían la comunicación.

La nueva Constitución de 1998 contemplaba el derecho a una información “objetiva, veraz, plural, oportuna y sin censura previa”, garantizaba la cláusula de conciencia y exigía que los medios participasen “en los procesos educativos, de promoción cultural y preservación de valores éticos”. Esto fue interpretado negativamente por las empresas periodísticas que lo vieron como un deseo de restringir la información, con lo cual se demuestra la sensibilidad existente ya en esa época frente a todo lo que supusiese el más mínimo intento de regular la información.¹⁶¹ Igualmente en el campo deontológico, es sorprendente que desde 1978, cuando la Federación Nacional de Periodistas aprobó el Código de Ética del Periodista, no se haya actualizado o redactado otro código.

Pese a la vuelta a la democracia y al clima generalmente respetuoso con la libertad de expresión,¹⁶² hay que reconocer que la prensa ecuatoriana ha tenido que soportar, durante diversos gobiernos, democráticamente elegidos, hostigamientos y amenazas. El período más crítico fue el de los años 1984-1988, durante el gobierno de León Febres Cordero, según el sentimiento generalizado entre los periodistas y por el número de denuncias recibidas por la Unión Nacional de Periodistas.¹⁶³ Asimismo, según el reconocido periodista ecuatoriano Andrés Carrión, en ese período hubo “represión, amenazas, golpizas y carcelazos”.¹⁶⁴ Igualmente, el prestigioso periodista Diego Oquendo manifestaba en 1987 las presiones sutiles y con técnicas perfeccionadas que había sufrido de los distintos gobiernos.¹⁶⁵

Los doce años transcurridos entre agosto de 1996, cuando asume la presidencia democráticamente el populista Abdalá Bucaram, hasta 2008, con el gobierno de Rafael Correa, muy sintonizado con Hugo Chávez, han sido de fuerte crisis democrática en el

¹⁶⁰ Cfr. Fabián Garcés (1997): op. cit., p. 70.

¹⁶¹ *Ibíd.*, p. 78.

¹⁶² Véase Juan J. Paz y Miño (1986): “Derecho de libre expresión y Código de Ética en Ecuador”, en *Chasqui*, N.º 18 (abril-junio 86). Quito, CIESPAL (pp. 43-53).

¹⁶³ Cfr. Carlos Iván Yáñez (2000): “Si vigilan, lo hacen con cautela”, en *Sala de Prensa*, (abril 2000), N. 18, Año III, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art120.htm. Consulta: 23-3-08.

¹⁶⁴ *Ibíd.*

¹⁶⁵ Cfr. Diego Oquendo (1987): *Alegato por la Prensa y sus Libertades*, Quito, El Conejo, p. 292.

país, en la que destacamos hechos bastante sintomáticos: se suceden nueve presidentes, dos de los cuales fueron expulsados del cargo por movilizaciones populares y otro por golpe de Estado; el movimiento indígena y popular adquiere presencia y fuerza política, y la crisis bancaria y la dolarización azotan a los sectores más pobres. Es más de una década que ha evidenciado los males crónicos de Ecuador: concentración de la riqueza y enorme desigualdad social aprovechada por los políticos populistas, un alto porcentaje de población indígena y campesina con elevados índices de pobreza, corrupción a todo nivel y servicios básicos (educación y salud) en niveles inadmisibles de subdesarrollo.

Las libertades informativas también pagaron su precio. Una época especialmente difícil fue la del gobierno de Lucio Gutiérrez, de enero de 2003 a abril de 2005, como lo atestigua el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) en su Informe Anual 2003 sobre la Libertad de Prensa.¹⁶⁶ El coronel Lucio Gutiérrez fue autor de un golpe de estado en el año 2000 y su gobierno, del que fue echado por una movilización popular, se caracterizó por la intolerancia con la libertad de expresión. Solo en 2003 se contabilizan 36 casos entre acciones legales contra periodistas y medios, ataques o atentados, amenazas, arrestos o detenciones, hostigamientos y censura, sobre todo por miembros del gobierno u otras autoridades civiles y militares. Esta situación contrasta con la del año 2002, durante el gobierno de Gustavo Noboa, en el que según el IPYS no hubo atentados contra la libertad de expresión. Otras organizaciones como el Centro de Apertura y Desarrollo de América Latina (CADAL) y Reporteros sin Fronteras (RSF) también destacan el grave deterioro de la libertad de expresión durante el 2003 y destacan el asesinato del chofer de un directivo de televisión en enero de 2004 como una muestra de la amenaza existente contra medios críticos al gobierno.¹⁶⁷

Con el gobierno de Rafael Correa, iniciado el 15 de enero de 2007, han vuelto las fricciones con la prensa. Según el Informe de CADAL, son preocupantes sus continuos ataques verbales a la prensa y su discurso beligerante, en la misma línea de Hugo Chávez, lo cual ha hecho que los principales diarios ecuatorianos estén del lado de la oposición. No obstante, hay también un importante grupo de periodistas a su favor y de acuerdo con sus críticas a la falta de profesionalismo y a la vinculación de muchas empresas con la llamada

¹⁶⁶ Cfr. Cecilio Moreno Mendoza (2003) *Informe Anual 2003. Libertad de Expresión en Ecuador*, en Instituto Prensa y Sociedad, http://www.ipys.org/info_ecuador.shtml, consulta: 23-3-08.

¹⁶⁷ Cfr. Fernando Javier Ruiz (2004): "Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina. Las peores zonas para ejercer el periodismo en América Latina 2004", en Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina/Universidad Austral, http://www.cadal.org/informes/nota.asp?id_notas=1452, consulta: 23-3-08.

“banca corrupta”. Se puede decir que se está produciendo una postura contradictoria en el seno de los medios, entre los dueños, contrarios a Correa, y los periodistas favorables a las tesis del presidente. En enero, Correa denunció por desacato al director del diario La Hora, de tirada nacional, y durante el 2007 amenazó varias veces con legislaciones restrictivas. Al igual que Chávez, Correa está haciendo una fuerte inversión para crear un sistema de medios públicos y está promoviendo que la Asamblea Nacional Constituyente, iniciada el 30 de noviembre de 2007 para redactar una nueva constitución, endurezca la legislación sobre los medios.¹⁶⁸ No obstante, en diciembre de 2007 Rafael Correa presentó una demanda de inconstitucionalidad por las leyes que obligan a la colegiación obligatoria, la cual fue aceptada por el Tribunal Constitucional el 5 de marzo de 2008.

Por otro lado, hay que destacar que Ecuador se encuentra entre los países de Latinoamérica que han legislado el acceso a la información. El 18 de mayo de 2004 se expidió la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LORTAIP). Actualmente, el cumplimiento de la ley y la importancia del acceso a la información para la consolidación democrática es uno de los temas que centra los debates y foros sobre comunicación.

Actualmente el país se encuentra en un debate candente acerca de la comunicación y los medios. En el contexto de la Asamblea Constituyente, a finales del 2007 se conformó una plataforma de organizaciones (Foro Ecuatoriano de la Comunicación), integrada por universidades, gremios, ONG's y medios comunitarios, para promover que se inserte en la nueva carta magna ecuatoriana la comunicación como derecho humano fundamental y patrimonio social y para que se democraticen las comunicaciones en el país.

III.3.2. El excesivo gremialismo de Ecuador.

Antes de la creación de la Federación Nacional de Periodistas (FENAPE) y de los Colegios Provinciales en 1975, existían en Ecuador la Unión Nacional de Periodistas (UNP), creada en 1940¹⁶⁹, y la Confederación Nacional de Periodistas, legalizada en 1958.¹⁷⁰ Aunque actualmente ninguna de estas organizaciones cumple un papel relevante en la profesión o que sea reconocida socialmente, esta última carece de presencia y

¹⁶⁸ Cfr. Fernando Javier Ruiz (2007): “Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina. Primer Semestre 2007”, en Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina/Universidad Austral, http://www.cadal.org/informes/nota.asp?id_nota=2030, consulta: 23-3-08.

¹⁶⁹ Cfr. Carlos V. Mancheno (1992): “El periodismo en Chimborazo” en Carlos Freire (ed.) (1992): *Riobamba en el siglo XX*, Riobamba (Ecuador), Editorial Pedagógica Freire.

¹⁷⁰ Según información proporcionada por el Secretario General de la Federación Provincial de Periodistas de Pichincha, miembro de la Confederación, en conversación personal en Quito el 4 de abril de 2008.

visibilidad,¹⁷¹ al menos la que tenía en 1975 cuando fue tomada en cuenta junto con la UNP por la Ley del Ejercicio Profesional para conformar la Comisión Organizadora de la naciente FENAPE.

Respecto de la UNP, nació en 1940 por iniciativa de los periodistas de los principales diarios del momento: *El Comercio*, *El Día* y *El Debate*, de Quito; y *El Telégrafo*, *El Universo* y *La Prensa*, de Guayaquil, con el apoyo de los directores de dichos medios.¹⁷² La UNP, aparte de los objetivos propios de un gremio sobre la defensa de la profesión y de la libertad de expresión, tuvo desde el principio una clara vocación social y acometió una campaña de alfabetización importante.¹⁷³ En la actualidad, su función principal es la capacitación de los periodistas, aunque para algunos periodistas en realidad es un “club social”,¹⁷⁴ haciendo referencia a la labor de apoyo social que a veces realiza, como su participación en meritorias campañas de alfabetización y por las instalaciones recreativas que pone a disposición de los socios.

Posteriormente, en 1958, nació la Confederación Nacional de Periodistas en Guayaquil, que a raíz de la ley de 1975 se destacó por la defensa y representatividad de los periodistas sin título,¹⁷⁵ compartiendo las mismas tesis anti-colegiación de la SIP.

La FENAPE fue creada por la Ley del Ejercicio Profesional expedida por Decreto Supremo el 18 de septiembre de 1975, en el gobierno militar del General Rodríguez Lara. En dicha ley se creaban también los colegios provinciales de periodistas y tribunales de honor, y se exigía la titulación y colegiación para el ejercicio de la profesión. Esto convirtió a Ecuador, hasta hace poco, en uno de los pocos países que mantenían este requisito para ejercer el periodismo era, junto con Chile y Venezuela. Aunque la práctica era muy distinta, pues ni en Ecuador ni en Chile se daba esta exigencia, excepto para los cargos públicos que en Ecuador sí debían ser cubiertos por periodistas titulados.

Con la ley se produce una situación paradójica. La UNP fue la entidad que concibió y diseñó la ley, que fue aprobada casi textualmente por el General Rodríguez Lara, a pesar

¹⁷¹ No posee ninguna página web.

¹⁷² Cfr. César Larrea, en el sitio web de la Unión Nacional de Periodistas: <http://www.unpecuador.org/trayec.html>, consulta: 26-3-08.

¹⁷³ Información proporcionada por José Camino, Presidente de la UNP, en conversación personal mantenida el 26 de marzo de 2008 en la sede de la UNP en Quito.

¹⁷⁴ Según Sammy de la Torre, Vicepresidente del Colegio de Periodistas de Pichincha y Profesor de Radio de la Universidad Central del Ecuador, en conversación personal mantenida el 27 de marzo de 2008.

¹⁷⁵ Según información proporcionada por Marcelo López, Secretario General de la Federación de Periodistas de Pichincha, miembro de la Confederación Nacional de Periodistas, en conversación personal mantenida en Quito el 4 de abril de 2008.

de la protesta de los medios de comunicación social y de otras organizaciones periodísticas no vinculadas a la UNP.¹⁷⁶ Aparte de reglamentar la profesión, la ley consagraba la FENAPE y sus colegios como los únicos órganos de representación clasista, lo que suponía que el resto de gremios deberían disolverse. Lo que sucedió es que la UNP continuó funcionando, con la irrisoria situación de que actualmente existe una duplicación de gremios y de que muchos periodistas, sobre todo en las provincias, pertenecen igualmente a ambos organismos.

Según el actual presidente de la UNP, José Camino, que también fue dirigente de la FENAPE, ésta nació desde el principio de un modo errado y nunca funcionó, salvo en algunos momentos aislados. En todo caso, son los colegios provinciales, especialmente el de Pichincha (provincia a la que pertenece Quito, capital del país), los que han tenido alguna funcionalidad. Para la periodista y Decana de la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Lucía Lemos, la duplicidad actual de los gremios se debe sobre todo a razones políticas y económicas, pues estos organismos suelen ser fuente de prebendas y privilegios para algunos de los periodistas que los dirigen.¹⁷⁷ En síntesis, la percepción acerca de los gremios es que carecen de efectividad y de acciones relevantes para la profesión, así como de visibilidad social, pese a la infraestructura física y administrativa que poseen y la actividad puntual que realizan.

Actualmente, la mayoría de periodistas en activo no está afiliado a ningún gremio, pues no se sienten representados por ellos, debido a la politización e instrumentalización personal de que han sido objeto, ni encuentran motivación o utilidad clara para hacerlo.¹⁷⁸ Es por esta razón que los gremios acogen en su mayoría a periodistas que trabajan en Relaciones Públicas o en ramas afines.

La realidad es que, ya sea por el cariz impositivo y hereditario de una dictadura,¹⁷⁹ como el caso de la FENAPE y los colegios, ya sea por la inactividad y la falta de credibilidad y desinterés en su manejo, los gremios ecuatorianos han perdido mucho peso en la sociedad y entre los profesionales. Otra prueba evidente de ello es que ni siquiera han

¹⁷⁶ Cfr. Milton Álava (2006) "La UNP elaboró el proyecto de Ley", en Milton Salvador (2006): *Periodistas sin título*, Quito, Soboc Grafic, p. 14.

¹⁷⁷ En conversación personal mantenida en Quito el 24 de marzo de 2008.

¹⁷⁸ Información proporcionada por el periodista César Ricaurte, que fue editor de cultura de *El Comercio* y columnista de *El Universo*, en conversación personal el 27 de marzo de 2008.

¹⁷⁹ Cfr. Jorge Aguirre Charvet en la Presentación del libro de Milton Salvador (2006): *Periodistas sin título*, Quito, Soboc Grafic, p. 7.

actualizado el único código ético del que disponen, aprobado en 1978, ni han desarrollado otros mecanismos de autocontrol.

III.3.3. El autocontrol en Ecuador.

Como hemos dicho, el único código deontológico nacional es el aprobado por la Federación Nacional de Periodistas (FENAPE) en Cuenca, el 17 de noviembre de 1978, y aprobado por el Ministerio de Educación en enero de 1980. Aunque no tiene el tinte de imposición, como tenía la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista (1975) y la creación de la FENAPE, podemos apreciar que el hecho de estar contemplada en la ley hace que se asocie con un régimen y un momento histórico determinado. En cualquier caso, no hay que quitarle el mérito de ser producto del esfuerzo de la FENAPE y de reflejar la perspectiva ética de un sector del periodismo de aquel momento.¹⁸⁰

En cuanto a iniciativas privadas, hay que lamentar la escasa o ninguna información que sobre sus principios éticos brindan los diarios ecuatorianos. Disponen de códigos éticos o Manuales de Estilo conocidos, aunque no sean públicos, los tres principales diarios nacionales: *El Comercio* y *HOY*, editados en Quito, y *El Universo*, de Guayaquil, así como el Canal de televisión *Ecuavisa*, pero paradójicamente estos documentos no son públicos e inclusive de muy difícil acceso lo que obliga a veces a buscar vías no oficiales para obtenerlos.¹⁸¹ *El Comercio*, que dispone tanto de Código de Ética como de Manual de Estilo, actualizados en 2007, exige para poder acceder a ellos solicitarlo a los subdirectores del diario.¹⁸² *El Universo* hizo en el 2000 su manual de estilo, incluyendo normas éticas, que fue una síntesis de los manuales de estilo de *El País*, *The New York Times* y de *EL TIEMPO*, pero es de exclusivo uso interno.¹⁸³ Esta falta de publicidad y celo con sus manuales o códigos éticos evidencia un sentido negativo de la competitividad o el temor a comprometerse con el público. Asimismo, aunque teóricamente digan que son de uso interno, los mismos periodistas en muchos casos desconocen la existencia de dichos

¹⁸⁰ Ver la defensa y análisis del mismo que hacen Lincoln Larrea Benalcázar (1986): “Los códigos de ética en América Latina”, en *Chasqui* N°. 18 (abril 1986), pp. 8-18. Quito, CIESPAL y, Juan J. Paz y Miño (1986): “Derecho de libre expresión y Código de Ética en Ecuador”, en *Chasqui*, N°. 18, (pp. 43-53).

¹⁸¹ Según la experiencia personal del periodista César Ricaurte cuando quiso hacer una investigación sobre códigos éticos ecuatorianos.

¹⁸² Según información proporcionada por el periodista Carlos Mora, del diario local *Últimas Noticias*, editado en Quito, perteneciente al Grupo *El Comercio*.

¹⁸³ Información proporcionada por el periodista Rubén Darío Buitrón, ex editor general de *El Universo*, en conversación personal mantenida el 18 de marzo de 2008.

códigos y principios o pocos los han leído o disponen de ellos, a excepción de *El Comercio*, que mantiene su Manual de Estilo en línea en cada computador.¹⁸⁴

Otro diario de ámbito nacional, de menor tirada, es *Expreso*, editado en Guayaquil, que ha intentado varias veces elaborar un código o manual de estilo, pero hasta la fecha ninguno consistente ni publicable. Sus propietarios están preparando actualmente un documento definitivo para publicarlo en la web y dotar a sus lectores de un instrumento de referencia para emitir sus quejas reclamaciones.¹⁸⁵

En cuanto a la prensa regional, de las cartas que dirigimos a los diarios del Ecuador obtuvimos muy poca respuesta, lo cual es una muestra del escaso desarrollo y preocupación que hay todavía por el tema. Tan solo respondieron tres diarios: *Últimas Noticias*, diario local perteneciente al Grupo El Comercio y que comparte las mismas políticas del diario nacional; *El Diario*, editado en Portoviejo y principal diario de la provincia costeña de Manabí, cuyo director nos envió los principios éticos contenidos en su Manual de Estilo¹⁸⁶, y *El Tiempo*, editado en Cuenca, que dispone de Manual de Estilo con un capítulo dedicado a la ética y a los principios del periodista, y que para conocer hay que solicitarlo expresamente al director del diario.¹⁸⁷ Destacamos la interesante iniciativa de este diario cuencano que realiza periódicamente talleres de ética y diariamente analiza la edición del periódico poniendo énfasis en el aspecto ético.

Esta falta de transparencia y secretismo con los principios éticos asumidos por los medios se ve también en la radio y la televisión, pues los códigos de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) —que aprobó en 1991 su Declaración sobre Principios de Ética— como la Asociación de Canales de Televisión (AECTV), con su Código de Ética de la Televisión del Ecuador¹⁸⁸, son muy poco conocidos y difundidos. De hecho, ninguna de las dos asociaciones dispone de página web ni tiene publicado en internet su código.¹⁸⁹

Como ya hemos mencionado, la figura del *ombudsman* en Ecuador solo existe en el diario HOY, el tercer diario nacional. El Defensor del Lector de HOY fue creado en 1993,

¹⁸⁴ Cfr. César Ricaurte, en conversación personal el 27 de marzo de 2008.

¹⁸⁵ Información proporcionada por Rubén Darío Buitrón, actualmente editor especial del diario *Expreso*, el 18 de marzo de 2008.

¹⁸⁶ El director es Pedro Zambrano quien nos envió el apartado de ética del manual el 28 de marzo de 2008.

¹⁸⁷ Según información proporcionada por el editor general del diario, Ricardo Tello, el 27 de marzo de 2008.

¹⁸⁸ Códigos encontrados en Milton Salvador (2004): *Comunicación Social. Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética*. Quito, Editorial Quipus-CIESPAL, pp. 25-45.

¹⁸⁹ Según consulta hecha el 30 de marzo de 2008.

por lo que cuenta ya con una importante trayectoria por la que han pasado seis reconocidos profesionales en el cargo. El Defensor del Lector publica una columna todos los domingos, en la que realiza una autocrítica seria e independiente a diversos fallos cometidos por el diario, ya hayan sido objeto de denuncia de los lectores o por iniciativa propia del defensor. Cuenta también con un Estatuto que establece las condiciones del defensor y que garantiza su independencia respecto del Diario así como de todo interés particular, estatal o ideológico.¹⁹⁰

Respecto a los observatorios, en Ecuador hay una experiencia todavía escasa e incipiente. En octubre de 2007 se creó el Laboratorio de Medios entre la organización Fundamedios y la Universidad de Las Américas (UDLA), que no prosperó como proyecto conjunto, pero la UDLA lo continúa.¹⁹¹ Actualmente, Fundamedios, desde su Observatorio de Medios del Ecuador (OME), está haciendo un importante trabajo de monitoreo sobre la cobertura de la televisión de la Asamblea Constituyente, que inició el 30 de noviembre de 2007 y finalizará con la redacción de la nueva Constitución ecuatoriana en mayo de 2008. El OME se proyecta como un observatorio permanente que quiere incidir en la construcción de una comunicación para la democracia y la ciudadanía, desde una identidad clara de lo que quiere ser: un proceso ciudadano que buscar persuadir a los medios para mejorar la calidad¹⁹².

Además del OME hay que mencionar el observatorio del ACNNA (Agencia de Comunicación de los Niños, Niñas y Adolescentes) que presentó su primer reporte en diciembre de 2007 sobre el monitoreo, durante todo un año, del tratamiento en los diarios acerca de la infancia, con un enfoque de derecho. ACNNA pertenece a la red ANDI (Agencia de Noticias por los Derechos de la Infancia), Asociación Civil brasileña que defiende los derechos de la infancia y la adolescencia en los medios, y que actualmente es la organización que más trabaja con el tema medios de comunicación y niños¹⁹³.

¹⁹⁰ Estatuto del Defensor del Lector de HOY, proporcionado por Diego Araujo Sánchez, Subdirector Editorial de HOY y ex Defensor del Lector, el 28 de marzo de 2008.

¹⁹¹ Según información proporcionada por César Ricaurte, Director de Fundamedios, el 27 de marzo de 2008.

¹⁹² Cfr. César Ricaurte (2007): "Ciudadanos y medios, la observación y vigilancia es un camino", artículo publicado en diario *El Universo* el 22 de julio de 2007: www.eluniverso.com.

¹⁹³ Cfr. César Ricaurte, entrevista personal del 27-3-08.

Aparte de ello, hay algunas experiencias puntuales de observatorios, para temas coyunturales, por parte de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador¹⁹⁴.

Además de estos mecanismos de autocontrol u otras formas de exigir responsabilidad a los medios, un hecho significativo y esperanzador es el nacimiento de periódicos digitales como *Ciudadanía Informada* creado en septiembre de 2004, que busca contribuir a una ciudadanía informada y deliberante como condición para la consolidación democrática¹⁹⁵. Para ello, le conceden mucha importancia al uso de las nuevas tecnologías como las web 2.0 para promover la participación e interacción con los lectores y promover así no un público pasivo sino una audiencia exigente, crítica, consciente de sus derechos y comprometida.

Vemos, por tanto, que, pese a la existencia del Defensor del Lector en un importante diario y de un Observatorio de Medios, los mecanismos de autocontrol son aún insuficientes y que los más extendidos son los escritos, tales como Manuales de Estilo y Códigos. Por otro lado, el hecho de que estos principios éticos no sean públicos le restan efectividad a la hora de crear una cultura ética en la audiencia y una actitud del público más exigente para reclamar a los medios su cumplimiento. Falta un camino por recorrer y mayor iniciativa y voluntad por parte de los medios y de los periodistas para generar dicha cultura de autocontrol tanto en ellos mismos como en sus audiencias.

III.4. EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN COLOMBIA

III.4.1. Elementos históricos del periodismo colombiano.

III.4.1.1. Siglo XIX: Expansión y florecimiento de la prensa.

Bogotá cuenta con uno de los primeros periódicos del continente: la *Gaceta de Santa Fe de Bogotá*, de 1785,¹⁹⁶ y se caracterizará, al igual que Lima, por disponer de una rica prensa ilustrada. En 1791 se empieza a publicar el *Papel periódico de Santa Fe de Bogotá*,

¹⁹⁴ Según información proporcionada por Marco Villarruel, profesor y ex decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador en conversación personal mantenida en Loja (Ecuador) el 17-10-07.

¹⁹⁵ Cfr. página web del diario electrónico *Ciudadanía informada*, <http://www.ciudadaniainformada.com/index.php?id=140>, consulta: 27-3-08.

¹⁹⁶ Aunque para Antonio Cacia Prada, en *Orígenes del periodismo colombiano*. Bogotá, Nelly, 1991, p. 47, sea *El Aviso del Terremoto*, publicado ese mismo año, que apareció en varias entregas.

periódico importante que llega a tener 400 suscriptores.¹⁹⁷ En el siglo XIX, pero antes de la independencia, en la actual Colombia destacan varios periódicos publicados por relevantes figuras liberales.

Durante el largo proceso de independencia, que inicia en 1810, se produce una gran expansión de la prensa, pues surgen numerosos periódicos, aunque muy inestables, y la mayoría de tinte liberal e independentista.¹⁹⁸

La prensa de las últimas décadas del XIX se resiente de las guerras civiles y de las luchas políticas, hechos que explican los pocos periódicos que perduran hasta hoy y una prensa muy politizada.¹⁹⁹ La mayoría de políticos –entre ellos varios presidentes– defienden sus ideas y atacan a sus rivales por medio de la prensa, y son denodados creadores de publicaciones. Los años 60, de dominio liberal, y los 70, de muchas libertades, son muy fértiles en la creación de periódicos. Destaca en 1887 la fundación en Medellín de *El Espectador*, que actualmente es el decano del periodismo colombiano.

Colombia termina el siglo con **más de cien títulos**: 30 en Bogotá –al menos seis eran diarios–, 12 en Medellín, y los demás, repartidos por todo el país. Pero la gran prensa, concebida como empresa, no surge hasta principios del siglo XX.

III.4.1.2. Primera mitad del XX: bipartidismo y guerra civil.

Las primera mitad del XX tiene la apariencia de una democracia estable, con alternancia pacífica entre liberales conservadores, pero se mantiene una violencia muy sutil y restrictiva contra la libertad de expresión. En 1930 los liberales suben al poder y se suceden guerras civiles y oleadas de violencia, hasta llegar a una dictadura militar, la de Rojas Pinillas, entre 1953 y 1957. Según Pearce, la transición de Colombia a la modernidad fue de las más sangrientas pues de 1948 a 1957 sufrió una guerra civil (La Violencia) librada entre los dos grandes partidos (liberales y conservadores) en la que murieron unas 200.000 personas.²⁰⁰

En este agitado ambiente, las publicaciones van creciendo, vinculadas o al partido liberal o al conservador, exceptuando algunas publicaciones pequeñas independientes, y a menudo azuzando la violencia. Se llega a 300 publicaciones antes del bogotazo, en 1948,

¹⁹⁷ Cfr. Checa Godoy (1993), op. cit., p. 18.

¹⁹⁸ Cfr. Checa Godoy (1993): “El periodismo en Nueva Granada: 1810-1863”, en op. cit., pp. 56-59.

¹⁹⁹ Cfr. Checa Godoy (1993): “La prensa colombiana hasta la independencia de Panamá: 1863-1903”, en op. cit., pp. 144-150.

²⁰⁰ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 212 y ss.

²⁰⁰ Ibídem, pp. 186 y ss.

en el que los seguidores del liberal-socialista Eliécer Gaitán destruyen varios periódicos conservadores como reacción al asesinato de su líder.²⁰¹ Durante la guerra civil (1948-1957) muchos de los periódicos actuales sufrieron varias pruebas de fuego, tanto con el primer régimen conservador, que quemó los periódicos liberales más importantes (*EL TIEMPO* y *El Espectador*) como Rojas Pinilla, que inició con talante liberal reformista pero luego se volvió más tiránico que su antecesor, llegando a suspender *EL TIEMPO* y *El Espectador*.

Los dos partidos iniciaron una tregua y echaron del poder a Rojas Pinilla, a través de un pacto que duró dos décadas en las que se repartieron los cargos y alternaron la presidencia, bipartidismo que alimentó y se enraizó también en la prensa.

Otro hecho relevante es el nacimiento del periodismo obrero a partir de 1910 y su crecimiento a partir de los años 30.

III.4.1.3. Segunda mitad del XX: democracia entre el narcotráfico y la guerrilla.

De la segunda mitad del s. XX destacamos la creciente concentración de medios así como la lucha contra el narcotráfico, que hacen suya los diarios colombianos y que origina que en los ochenta fueran asesinados un buen número de periodistas. Por otro lado, continúa la polarización de los diarios afines al Partido Conservador o al Liberal, siendo excepción el diario que no tiene filiación política o que no pertenezca a uno de los poderosos grupos económicos.²⁰²

En 1993, en el contexto de la nueva Constitución de 1991, que sienta importantes bases para democratizar los medios de comunicación, evitar los monopolios, y darle cabida a los receptores para ser escuchados, surge la Asociación de Televidentes de Cali con el objetivo prioritario de alfabetizar en medios a la audiencias y formar receptores críticos. Antes de ello ya había preparado el terreno la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) al lanzar una declaración conminando a programadores y al gobierno a evitar los abusos de sexo y violencia so pena de retirar esos programas.²⁰³

²⁰¹ Checa Godoy (1993): “Colombia, de la escisión panameña al ‘bogotazo’”, en op. cit., pp. 268-271.

²⁰² Cfr. A. Checa Godoy (1993): “La prensa diaria colombiana del último medio siglo”, en op. cit., pp. 411. Para una visión de este dualismo ideológico de la prensa, como característica histórica y actual del periodismo colombiano, véase también Germán Ayala Osorio (2006); “El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales”, en Interacción. Revista de Comunicación Educativa, No. 44, mayo 2006, p. 22.

²⁰³ Cfr. Julián Tenorio (1997): “Televidentes asociados para la acción comunicativa; para una comunicación alternativa”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): op. cit., pp. 186 y ss.

Al respecto de la nueva Constitución, hay opiniones críticas que piensan que pone límites al ejercicio del derecho a la libertad de expresión cuando declara que “la libertad de información es una libertad responsable cuyas fronteras son los derechos fundamentales de las personas, el bien común, la veracidad e imparcialidad y la responsabilidad social”.²⁰⁴ Otros autores como Germán Rey, sin embargo, destacan que la nueva carta magna colombiana quería garantizar a los ciudadanos sus derechos fundamentales permitiendo su presencia más activa en los medios a través de la figura de la tutela. En este sentido, la Constitución permitió reforzar el autocontrol de los medios en algunos temas sensibles de la información y la Corte Constitucional se convirtió en un lugar social de debate de temas comunicativos, antes dependiente del arbitrio de los medios y de la lentitud jurídica, frente a la impotencia ciudadana. Desde ese momento, para Rey se han dado varios hechos positivos que demuestran una mayor comprensión de los problemas de la comunicación sentidos por los ciudadanos y una mayor sensibilidad de los medios. Éstos han ido formando consejos de lectores, escuchan las opiniones de sus audiencias, promueven el Defensor del Lector y crean códigos de ética y otros mecanismos de autorregulación.²⁰⁵

La coyuntura actual del periodismo colombiano está totalmente condicionada por la situación de guerrilla que sufre el país, lo que hace que la libertad de prensa siga siendo uno de los elementos más preocupantes del conflicto colombiano. El Comité para la Protección de Periodistas (CPJ) mostraba a Colombia como el segundo país con más periodistas asesinados en 2001, en total tres, cifra que complementada con el alto porcentaje de periodistas que son amenazados por su trabajo (3,5 de cada diez consultados) configuraban un panorama muy conflictivo para el periodismo.²⁰⁶ La situación no cambió en el 2006 puesto que Colombia seguía a la cabeza, con tres periodistas muertos, del resto de países latinoamericanos.²⁰⁷

Hay hechos que han conmocionado y marcado al periodismo colombiano como la cobertura periodística del asalto al palacio de justicia en 1985 por parte de la guerrilla y el cruento asalto final. Se considera que éste fue el punto de partida para que los medios transmitiesen desastres y acontecimientos en directo sin restricciones ni controles oficiales

²⁰⁴ José Alberto Velázquez Betancur (1999): ¿Es posible la autorregulación periodística?, en Comunicación, No. 21, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, p. 83.

²⁰⁵ Cfr. Germán Rey (1998): “Nuevos contextos para un derecho en cambio”, en *Chasqui*, N.º. 61 (marzo 1998), Quito, CIESPAL, p. 44.

²⁰⁶ Cfr. Germán Ortiz Leiva (2002): “La libertad de informar en Colombia: entre la censura y la autorregulación”, en Sala de Prensa, No. 42 (abril 2002), Año IV, Vol. 2 www.saladeprensa.org/art335.htm, consulta: 21-4-08.

²⁰⁷ Cfr. Gerardo Albarrán (2007): “Estado de la libertad de expresión”, en op. cit., p. 231.

en una época en que no había conciencia de la protección de los derechos fundamentales y su vulneración era soportada por la sociedad en nombre de la libertad de prensa. El hecho es que había un cubrimiento sensacionalista de los desastres y de la guerrilla.²⁰⁸ Por eso, en 1992 se expidió el Decreto 1812 para evitar el desbordamiento de los medios en el conflicto interno, lo que produjo el debate sobre los límites de los medios y su desenvolvimiento en el estado de excepción. El debate fue zanjado a través de la exequibilidad del decreto con la sentencia C-033 de la Corte Constitucional de 1993, por el cual no se permitía difundir entrevistas de miembros activos de organizaciones guerrilleras, terroristas o vinculadas al narcotráfico, pero sí se permitía informar sobre el hecho noticioso sin ninguna apología del delito.²⁰⁹

En un foro sobre periodismo celebrado en Bogotá en septiembre de 2003, Fabio López, Director del Instituto de Estudios de Comunicación de la Universidad Nacional de Colombia, hacía un diagnóstico de cuál era la situación de los medios en Colombia y denunciaba varios hechos: la concentración económica, el clima de intimidación e inseguridad para periodistas e intelectuales, lo que les estaba llevando a la censura y la autocensura, y un unanimismo mediático en torno a la figura de Álvaro Uribe a modo de cruzada para vencer a la guerrilla, pero a costa de la pérdida de objetividad y de incurrir en la propaganda gubernamental, así como de generar una intolerancia con los opositores al gobierno.²¹⁰ Para López, en su dura crítica a los medios, lo grave es que éstos, desde ese unanimismo e intolerancia, inculcan en la población tomas de posición, más que razonamientos y consideraciones argumentadas. Además, para López, otro factor que caracterizaba a los medios era el empobrecimiento del debate público.

Debido a ello, López tiene una mirada esperanzadora en las universidades y en sus medios de comunicación, para que desarrollen proyectos comunicativos donde se produzca información y opinión alternativa y se promueva una ciudadanía activa. Se trata de abrir, desde las universidades, espacios de diálogo que lleven a la reconciliación nacional, no sobre la base de cegueras ideológicas sino fruto de una deliberación razonada sobre las

²⁰⁸ J. A. Velázquez Betancur (1999): op. cit., pp. 80-81.

²⁰⁹ En dicho decreto se afirmaba que la libertad de expresión, la ausencia de censura y la preservación del orden público no eran incompatibles a partir del núcleo esencial de los derechos, y que en el caso del derecho a la información, era la protección del derecho de las personas a informar y ser informados aún en estados de excepción con algunas limitaciones razonables que moldean el derecho o lo restringen parcialmente pero no lo desnaturalizan. En J. A. Velázquez Betancur (1999): op. cit., pp. 80-81.

²¹⁰ Cfr. Fabio López de la Roche (2004): "Los medios como instrumento de control social de la población", en *Repensando el periodismo en Colombia* (2004). Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño/Círculo de Periodistas de Bogotá, pp. 117-118, Memorias del Foro con el mismo nombre celebrado el 23-25 sept. 2003.

mejores opciones, que escuche las demandas sociales y den espacio a las diversas sensibilidades políticas y culturales.²¹¹

La reconocida jurista y periodista colombiana María Teresa Herrán, experta en Derecho de la Información, nos manifestaba recientemente su confianza en los medios de comunicación pues, según ella, son el único frente de resistencia al narcotráfico, con políticas tajantes al respecto²¹². Por el contrario, el ambiente nacional y lo que distingue a Colombia de otros países es que el narcotráfico lo permea todo y genera lazos perversos: narcos-guerrilla, narcos-políticos. Analizando las causas profundas de la situación colombiana, Herrán se lamenta del fuerte individualismo que predomina en la Constitución colombiana y de la desigualdad reinante en el país, lo cual es una de las causas de la existencia de la guerrilla. En Colombia, según Herrán, no hay consensos colectivos, éticos ni morales, sobre los temas principales, más bien al contrario, existe una indiferencia hacia los graves problemas sociales frente a los cuales se adopta una ética situacional y acomodaticia. En este contexto no es extraño que en los estratos altos de la población y algunos sectores políticos se aprueben las acciones de los paramilitares y que la guerrilla, que nació con una ideología, se haya vuelto “bandolera”.

III.4.2. La débil organización profesional.

El gremio más importante de Colombia es el Círculo de Periodistas de Bogotá, fundado en 1946 por un grupo de ilustres personalidades del momento, entre ellos algunos ex presidentes de la República, y reconocido como el gremio de la prensa en la década siguiente. El Senado colombiano lo condecoró el 14 de febrero de 2006 por su labor histórica a favor de la libertad de prensa, de promoción de la función social del periodismo, de capacitación a los periodistas y su compromiso con la libertad, los valores democráticos y el bien común²¹³.

En Medellín, segunda ciudad del país, existe el Círculo de Periodistas de Antioquia (CIPA) que data de 1962, cuya escasa actividad y relevancia en el periodismo del país se puede apreciar por su página web, en la que ni siquiera está publicado su código ético de 1970.²¹⁴

²¹¹ *Ibíd.*, p. 119.

²¹² Información obtenida en conversación personal mantenida en Bogotá el 12 de septiembre de 2007.

²¹³ Información obtenida en <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=2529>, consulta: 21-4-08.

²¹⁴ Según información obtenida de su web: <http://www.cipantioquia.org/html/historia.html>, consulta: 28-4-08.

No obstante, hay una percepción generalizada en el país del poco peso y presencia de los gremios. Para María Teresa Herrán,²¹⁵ las organizaciones sindicales y sociales en general tienen muy poco poder en Colombia por el individualismo existente; son entes muy frágiles, con muchas peleas internas, que impiden que haya un tejido social colectivo. Igual pasa con las asociaciones periodísticas. Herrán, que es miembro fundador de los Medios para la Paz y de la Fundación para la Libertad de Prensa, y que ha presidido el Círculo de Periodistas de Bogotá y su Comité de Ética, reconoce que los problemas dentro de este gremio eran por rivalidad y afán de protagonismo, y que ha atravesado por algunas crisis como la provocada por una presidente que incurrió en delitos penales. El hecho de que el anterior presidente del CPB, César Mauricio Velásquez, sea el actual Jefe de Prensa del Álvaro Uribe también le resta credibilidad. Actualmente hay muchos periodistas jóvenes que crean asociaciones regionales, para situarse a margen de las rivalidades que hay en las tradicionales, y con la sana intención de formarse.

Otros profesionales son más críticos hablando de la colegiación, como Javier Darío Restrepo que después de confesar que en Colombia no hay tradición de colegiación denuncia sobre ella que es “institucionalizar el egoísmo colectivo”, pues el objetivo es defender el puesto de trabajo.²¹⁶ Inclusive cree que los códigos de los colegios son muy sindicalistas, por eso considera importante leer los códigos en su contexto pues adolecen de fallas e ineficiencias éticas. Por su parte, el periodista e investigador Omar Rincón, Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina,²¹⁷ de la Fundación Friedrich Ebert Stiftung en Colombia, es también severo en su apreciación pues cree que los gremios colombianos son disfuncionales: “parecen asociaciones de los periodistas sin trabajo y llevan años de decadencia”.²¹⁸ Añade que lo que realmente funcionan son las asociaciones de empresarios de los diarios (Andiarios), de los anunciantes (ANDA) y de los publicistas (UCEP), así como los medios ciudadanos, especialmente las radios comunitarias, que son un fenómeno muy importante en Colombia.

Por su parte, José Fernando Millán, editor nocturno del diario EL TIEMPO de Bogotá, no afiliado a ningún gremio, cree que el CPB es la que tiene más peso y la que suena más socialmente pero que es inoperante, pues ni genera opinión ni tiene representatividad entre

²¹⁵ Información obtenida en conversación personal mantenida en Bogotá el 12 de septiembre de 2007.

²¹⁶ Información obtenida en conversación personal mantenida en Loja (Ecuador) el 17 de octubre de 2007.

²¹⁷ <http://www.c3fes.net/>

²¹⁸ Información obtenida en comunicación electrónica el 24 de abril de 2008.

los profesionales.²¹⁹ Parece ser que una de las razones es por haber sido creado por los propietarios de los medios.

Prueba efectiva del declive de los gremios es que en la página de la Asociación de Diarios Colombianos (Andiarios) no se hace ninguna referencia a aquellos, mientras que sí aparecen como miembros afiliados varias organizaciones nacionales como la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP), la Fundación Medios para la Paz (MPP), Colprensa, la Asociación Nacional de Medios (Asomédios) y numerosas internacionales, no solo las que agrupan a las empresas periodísticas como la SIP, sino también la FIP, CPJ, SIP, RSF, CIFJ, Fundación para un nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), entre otras.²²⁰

En Colombia son esas organizaciones no gremiales ni sindicales las que están canalizando la investigación y acción en la defensa de la libertad de información, sobre todo en relación al conflicto armado, y en proyectos interinstitucionales como el Proyecto Antonio Nariño, que reúne a MPP, Andiarios, FNPI, Fescol (Friedrich Ebert Stiftung-Colombia) y la FLIP. La FLIP, que nace en 1996 fruto de los foros de Gabriel García Márquez en la FNPI y con el estímulo de otras organizaciones internacionales (IPYS, RSF, CPJ), busca generar debates entre las autoridades, los medios, gremios, organizaciones y sociedad civil en torno a la libertad de expresión y el derecho a la información, un dato sintomático es que entre sus aliados no está ningún gremio o sindicato nacional, aparte de Andiarios.²²¹

Un hecho destacable es que en mayo de 2007 se constituyó la Federación Colombiana de Periodistas (Fecoper), que agrupa a 24 asociaciones regionales y locales y tiene unos mil afiliados, que se suman así a la Federación Internacional de Periodistas (FIP). Según Fecoper, constituyen el más importante acontecimiento sindical de Colombia, y nacen para garantizar la labor periodística en el país, ante las amenazas constantes que sufre por la realidad nacional, y muy especialmente para defender los derechos laborales de los profesionales y mejorar sus condiciones, bastante peores que en otros países latinoamericanos como Argentina o Chile.²²²

²¹⁹ Información obtenida en conversación virtual realizada el 22 de abril de 2008.

²²⁰ Según consta en su web: <http://www.andiarios.com/organizacionesvinculadas.html>, consulta: 22-4-08.

²²¹ Información obtenida en su web: <http://www.flip.org.co/>, consulta: 23-4-08.

²²² Cfr. Constanza Vieira (2007): "Se unen periodistas colombianos", artículo publicado en la web del Partido Comunista de Colombia el 28-5-07 en : http://www.pacocol.org/es/Inicio/Archivo_de_noticias/Mayo07/28.htm

III.4.3. El autocontrol en Colombia.

En referencia a los códigos colombianos, su aparición es tardía y su escaso desarrollo corre en paralelo con la inoperante actividad gremial. El primer código data de 1970, realizado por el Círculo de Periodistas de Antioquia (departamento cuya capital es Medellín), cuya poca relevancia se refleja en que ni siquiera aparezca en la web del Círculo. Cuatro años después, en el I Encuentro Nacional de Periodistas convocado por la Asociación Nacional Intergremial, en Bogotá, se aprueba el Código Intergremial de Ética Periodística. Este texto tuvo la influencia clara de la Carta de Ética de Chile de 1968, al punto de que se llegó a denunciar la copia.²²³ En 1977, ante un escándalo político y periodístico que conmocionó a la opinión pública, se propuso un proyecto de código que superase las lagunas de los existentes, pero nunca se llegó a aprobar. Finalmente, en 1990, se aprobó el Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB). Los antecedentes del mismo fueron la creación en 1983 de un Comité de Ética y Responsabilidad a propuesta de Javier Darío Restrepo, con el fin de examinar los casos de violaciones éticas a la luz del proyecto de código de ética.²²⁴ De estos trabajos sobre hechos concretos y las observaciones al borrador del texto realizadas en seminarios, talleres y foros resultó la base para la redacción del Código de 1990. De lo que se trataba era de que no se sintiera como una imposición sino de que fuera discutido y aceptado por todos, lo que se logró con campañas en todo el país para entender y reflexionar el código que consiguieron que creciese la conciencia y sensibilidad éticas.²²⁵

En cuanto a la existencia de códigos éticos, un sondeo entre periodistas colombianos que cubrían temas relacionados con la guerrilla, realizado por el Observatorio de la Universidad de La Sabana y publicado en 2002, indicaba que un alto porcentaje no disponía de ellos (49%), un 47% le daba toda la vigencia e importancia a los mismos.²²⁶ Asimismo, un 80 % de periodistas preferían un código de ética del medio o un mecanismo de autorregulación, antes que la censura, y un 83% afirmaba que de hecho aplicaban la autorregulación.

Aunque hay importantes experiencias del defensor del lector en Colombia, y es uno de los países latinoamericanos donde la figura está más presente, no se puede decir que esté consolidado. Hasta el 2002, de los cinco medios que la habían instituido solo la mantenían

²²³ Cfr. Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, p. 207.

²²⁴ Op. cit., p. 218.

²²⁵ Cfr. Javier Darío Restrepo, en conversación personal en Loja (Ecuador), el 17 de octubre de 2007.

²²⁶ Cfr. Germán Ortiz Leiva (2002): op. cit.

cuatro: los diarios EL TIEMPO y *El Colombiano* y los defensores del televidente en los canales privados *Caracol* y *RCN*.²²⁷ El diario *El Espectador* al convertirse en semanario en septiembre de 2001 eliminó la figura. A pesar de ello, el que tiene unos fundamentos y funciones conocidas públicamente es el *ombudsman* de EL TIEMPO,²²⁸ pues en *El Colombiano* sus funciones son solo conocidas internamente. Los defensores de los dos canales no han definido unos cometidos sino que simplemente se acogen al artículo 11 de la Ley 335 de 1996, que contempla la figura en todos los canales privados. Con esta ley, Colombia se convierte en el único país que ha creado la figura del defensor del televidente.²²⁹

Gerardo Albarrán mencionaba en octubre de 2002²³⁰ que los diarios *El Espectador*, *Vanguardia Liberal* y *El Diario de Huila* tenían también la figura,²³¹ aunque actualmente ninguno de ellos lo mantiene. Asimismo, Albarrán mencionaba que disponían de la figura del defensor los canales Telemedellín y Teleantioquia. Solo se ha detectado el de este último canal, medio público del departamento de Antioquia, que cuenta con un Comité Defensor del Televidente, el cual desarrolla una labor pedagógica para los televidentes y hace recomendaciones para el mejoramiento de la programación.²³²

Para tutelar su independencia, los medios que cuentan con defensor lo remuneran pero no es parte de la nómina. También es interesante que no lo consideran un representante del público sino un mediador, por ello el público no interviene en su elección y cada empresa se reserva la autonomía para nombrarlo suponiendo siempre su calidad moral reconocida.

El *ombudsman* no solo debería actuar a posteriori sino que tiene que contar con la posibilidad de hacer estudios coyunturales y estructurales para fortalecer los procedimientos periodísticos. En este sentido, no basta con que se conozcan claramente sus funciones ni unas políticas claras de independencia sino que se debe conocer cuál es el margen de actuación del defensor para no generar falsas expectativas.²³³

²²⁷ Cfr. César Velásquez y Humberto Cadavid (2002): “El defensor del público: una figura por descubrir”, en Palabra-Clave, No. 6 (julio 2002), Bogotá, Universidad de La Sabana, p. 119.

²²⁸ Que a pesar de todo su ubicación en la web del diario es muy poco visible: <http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/defensoradellector/>

²²⁹ Cfr. Gerardo Albarrán (2007), op. cit., p. 234.

²³⁰ Cfr. Gerardo Albarrán (2002): “La figura del defensor del lector en los diarios digitales”, en Sala de Prensa No.50 (dic 2002), Año IV, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art405.htm, consulta: 21-4-08.

²³¹ Según consulta a sus páginas web: www.elespectador.com/, <http://www.diariodelhuila.com>, <http://www.vanguardia.com/>, consulta: 21-4-08.

²³² Según información obtenida de la web: <http://www.teleantioquia.com.co/TeleantioquiaSomosTodosyTodas/Controles.htm>, consulta: 21-4-08.

²³³ Cfr. César Velásquez y Humberto Cadavid (2002), op. cit., p. 122.

Cada vez es más claro que del fortalecimiento del autocontrol depende la credibilidad pública de los medios, pues es insostenible que la misma prensa que se precia de independiente y de luchar contra la arbitrariedad se convierta en poder totalitario y arrogante, y que siendo tan crítica con los otros poderes no sea permeable y democrática frente a la crítica ajena.²³⁴

Para ello, el *ombudsman* es pieza clave para aplicar correctivos y romper el individualismo de los medios y darles un carácter comunicativo. A este respecto, uno de los legendarios *ombudsman* que ha tenido Colombia, Javier Darío Restrepo²³⁵, manifiesta que los defensores tanto de EL TIEMPO como de *El Colombiano* están ayudando mucho a mejorar la práctica periodística y que el gran logro y lo que otorga credibilidad al medio es la estimación que hace del público al darle cabida en el periódico, respondiendo a sus inquietudes, porque esto hace que el lector se sienta considerado y perciba suyo el periódico.²³⁶

Al respecto de la publicidad de los códigos o principios éticos de los medios, Velásquez y Cepeda afirman que es importante que se conozcan los códigos con los que actúan los defensores, pese a lo cual la mayoría de medios no los transparentan²³⁷. Por ello, la labor del defensor en este aspecto conlleva un cambio grande en la cultura corporativa del medio, que, por otra parte, le interesa la figura porque evita que algunos casos vayan a los tribunales.

Un hecho importante que refleja el sentir de la sociedad colombiana es que en mayo de 1999 hubo un movimiento de medios y facultades de comunicación de Medellín que solicitaron un código de autorregulación periodística que recogiese principios fundamentales sobre la ética y responsabilidad social, válidos para todos, con énfasis en el compromiso social de la información, la necesidad de contribuir a la convivencia y la paz e impedir la difusión de antivalores. Lo que sostenía este movimiento cívico en realidad es que la libertad de información si es responsable no puede ser tergiversada para fines impropios.

Como crítica hacia el papel de los códigos, la Profesora María Teresa Herrán nos expresó que en Colombia hay mucha propensión a ser discursivo. Se da la contradicción de

²³⁴ Ibídem, p. 123.

²³⁵ Defensor del Lector en *EL TIEMPO* y en *El Colombiano*.

²³⁶ Cfr. Isaín Mandujano (2003): "La ética periodística en América Latina", en *Sala de Prensa* (agosto 2003), Año V, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art478.htm, consulta: 21-4-08.

²³⁷ Cfr. César Velásquez y Humberto Cadavid (2002), op. cit., p. 124.

que existen muchas ONG's pero a la vez se violan constantemente los derechos humanos, lo que demuestra la distancia entre lo que se expresa en los códigos y la realidad.²³⁸

Un proceso digno de mencionar es el realizado por Plural, organización civil que promovió la Veeduría Ciudadana para las Políticas de Comunicación, creada a raíz de la nueva Constitución colombiana del 91²³⁹. Ésta creó la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), organismo encargado de regular y definir las políticas de televisión. Plural, conformado por miembros de la Asamblea Nacional Constituyente que redactó la nueva carta magna, reunió en la veeduría a ciudadanos (juristas, académicos, periodistas, escritores y creativos de televisión) de reconocida independencia y se concibió como un mecanismo de participación ciudadana para vigilar la ejecución de las políticas de comunicación según el espíritu constitucional, sobre todo en relación a la libertad de expresión, al derecho a la información, el pluralismo, la libre competencia y la responsabilidad social. Se propusieron concretamente aportar con juicios y elementos de conocimiento a la labor de la CNTV y estimular el debate público sobre ello.

Actualmente, el CNTV está trabajando sobre el Observatorio Nacional de Televisión, cuyos objetivos son monitorear la programación, estudiar contenidos y hacer recomendaciones al respecto, con el apoyo desde 2006 de la Pontificia Universidad Javeriana²⁴⁰, además de importantes expertos en el campo comunicacional como María Teresa Herrán, Javier Darío Restrepo, Jesús Martín Barbero y Germán Rey. A este respecto, la jurista María Teresa Herrán manifiesta que los observatorios tienen el riesgo de quedarse en una moda sin ninguna efectividad, y no cumplir un papel eficaz, por ejemplo en diagnosticar, desde la perspectiva ética, la labor de los medios y promover cambios.²⁴¹

Ya en 1997 Germán Rey manifestaba el importante papel de las veedurías, que en un país como Colombia, caracterizado por el distanciamiento del Estado y la debilidad de la sociedad civil, estaban empezando a ser formas de participación ciudadana para monitorear la labor estatal, facilitar la interacción y control político, ampliar los espacios de discusión públicos y canalizar las expresiones y necesidades de todos los sectores sociales. Esta participación social reemplaza a la clásica que han realizado las entidades periodísticas (y

²³⁸ Información obtenida en conversación personal mantenida en Bogotá el 12 de septiembre de 2007.

²³⁹ Cfr. Germán Rey (1997): "Veeduría ciudadana para las políticas de televisión. Una experiencia colombiana", en Fundación Friedrich Ebert (1997): *Mecanismos de regulación de los medios de comunicación. Experiencias latinoamericanas*. Quito, Papim C.A., pp. 228-229.

²⁴⁰ Cfr. documento "Marco normativo" en el sitio web de la presidencia de la República: http://www.presidencia.gov.co/prensa_new/sne/2007/enero/27/Presentacionmarconormativ%20televisi%F3n.pdf, consulta: 22-4-08.

²⁴¹ Información obtenida en conversación personal realizada en Bogotá el 12 de septiembre de 2007.

en concreto los dueños de medios o el grupo directivo de los gremios), a las propuestas legislativas, que siempre adolecen de muchos intereses, a los debates académicos y a la doctrina de la corte constitucional²⁴². Para Rey, la Veeduría es una opción prometedora para lograr que el público se apropie de los asuntos comunicacionales, tan ligados a la democracia y a la convivencia social.

Hay que mencionar que la Constitución del 91 generó un cambio de cultura política que ha propiciado la aparición de veedurías y formas de participación, y de hecho a partir de entonces aparecieron comités de veeduría en distintas ciudades y departamentos, así como el Laboratorio de Observación de la Gestión Urbana. La nueva carta magna da importancia a la participación directa del ciudadano en los asuntos públicos, multiplica las formas de relación ciudadano-Estado y fomenta el tejido asociativo.²⁴³

Actualmente, el CNTV acaba de crear en 2007 la figura del Defensor del Televidente, y exige a todos los canales que dediquen un espacio de media hora semanal para ello. Asimismo, desarrolló una experiencia de observatorio de televisión junto con universidades, centros y grupos de televisión para abordar, entre otras cosas, la ética, la relación entre la estructura económica de la televisión y los valores, y los estereotipos²⁴⁴. Actualmente el CNTV busca la sistematización y continuidad de esta iniciativa y realiza campañas interesantes para promover la conciencia crítica y responsabilidad de los televidentes, como la denominada “Tome el control”.²⁴⁵

Una iniciativa que está cobrando mucha importancia en Colombia son los observatorios de la comunicación, que sin ser propiamente un mecanismo de autocontrol sí constituyen un medio de asegurar la responsabilidad social de los medios, según la clasificación de Bertrand. Actualmente existen siete funcionando, vinculados a ONG's o a universidades, y en la mayoría tratan la relación entre medios y conflicto armado. En cuatro de ellos consta explícitamente la ética periodística como eje temático, aunque sea una dimensión presente en cualquier análisis que se haga de medios²⁴⁶. Así, están: el Centro de Análisis de la Información (Cadi), parte de la Asociación Democrática para la

²⁴² Cfr. Germán Rey (1997): op. cit., p. 231.

²⁴³ Cfr. Fabio E. Velásquez C. (s/f): “La veeduría ciudadana en Colombia: en busca de nuevas relaciones entre el Estado y la sociedad civil”, en la página de Naciones Unidas: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/UNPAN000171.pdf>, consulta: 22-4-08.

²⁴⁴ Información disponible en la página web del CNTV:

http://www.cntv.org.co/cntv_bop/balance/enero.html, consulta: 22-4-08.

²⁴⁵ En marcha desde febrero de 2008:

http://www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/noticias/2008/febrero/27_02_08.html, consulta: 22-4-08.

²⁴⁶ Cfr. Concepción Travesedo (2007): op. cit., pp. 243-345.

Defensa de los Derechos Humanos, el Proyecto Antonio Nariño (PAN), el Observatorio de la Fundación Medios para la Paz (MPP), el Proyecto PANDI, sobre derechos de la infancia y la adolescencia, y los observatorios de las universidades de Santiago de Cali, Manizales y de La Sabana (Bogotá). Están también el Observatorio de Medios de la Pontificia Universidad Javeriana y el Observatorio Pedagógico de Medios de la Universidad Pedagógica Nacional, pero actualmente se encuentran en reorganización.²⁴⁷

A pesar de todas estas experiencias hay voces críticas contra el autocontrol, como la de María Teresa Herrán, para quien esta figura en Colombia ha sido utilizada más como forma de autoprotección del medio que como un modo sincero de mejorar, y que en el país hay más autocensura que autorregulación. Aunque reconoce que estos mecanismos han funcionado en casos determinados, como en el asesinato del periodista Guillermo Cano, en casos graves de violación a los derechos humanos, en la parapolítica o en la lucha contra el narcotráfico, afirma que ha habido mucho arrodillamiento de los defensores del televidente, que están doblegados a los dueños de los canales. Asimismo, valora el papel de la Comisión de Ética del CPB, la cual presidió, pero critica su poco impacto. A ello se añade la escasa relevancia de la ética en las universidades, en las que sigue siendo una materia de orden menor. Herrán apuesta, más bien, por llegar a consensos éticos en las mismas salas de redacción o en talleres, y trabajando la dimensión ética a través del análisis de imaginarios, estereotipos y percepciones.

De alguna manera, este trabajo formativo directamente con los periodistas es lo que viene haciendo la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano de Gabriel García Márquez con los talleres de ética, impartidos por Javier Darío Restrepo, y con el Consultorio que éste mismo dirige en la web de la Fundación. En el 2007 los países que más consultaron fueron Colombia, Perú, México y Ecuador.²⁴⁸

Ante el panorama que hemos descrito sobre el autocontrol, vemos que los mecanismos más utilizados son el *ombudsman* y los observatorios, y éstos procedentes no de los medios sino de la academia y de las ONG's, salvo el Proyecto Antonio Nariño, promovido tanto por organizaciones de medios, fundaciones y organismos internacionales como por gremios periodísticos.²⁴⁹ Por un lado, es alentador ver cómo se están realizando y consolidando estas experiencias, que son la base para que se extiendan y multipliquen por

²⁴⁷ *Ibíd.*, p. 239.

²⁴⁸ Información obtenida en <http://www.fnpi.org/consultorio/informe7.asp>, consulta: 27-4-08.

²⁴⁹ Cfr. Germán Rey (2003): "Ver desde la ciudadanía...", en www.veeduria.org.pe/rey.htm.

todo el país, pero por otro lado es desalentador que del seno de los mismos medios, salvo excepciones, no haya mayor preocupación por desarrollar el autocontrol.

III.5. EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN VENEZUELA.

III.5.1. Elementos históricos del periodismo venezolano.

III.5.1.1. Siglo XIX: Prensa tardía y liberalismo exaltado.

Venezuela no tiene, a diferencia de los otros países, un periodismo prolífico antes de la independencia, aunque se precia de que la *Gazeta de Caracas*, de 1806, sea la primera abiertamente pro independentista de Suramérica. Nace con la instalación de la imprenta que llevó Francisco de Miranda a Caracas para apoyar su fallido intento de proclamar la independencia en 1806, con apoyo norteamericano y británico.²⁵⁰

Aunque Venezuela proclama su independencia en 1811, el proceso será largo y cruento y no concluirá hasta 1823.²⁵¹ Durante la I República venezolana (1811-1812) se dará una prensa liberal exaltada, en uno de cuyos diarios se publicará la declaración de independencia el 15 de julio de 1811. Durante los últimos años de gobierno español se publican numerosos periódicos realistas pero de ideología liberal. Entre 1823 y 1830, fecha en la que Venezuela se separa de la Gran Colombia, se editarán otro buen número de periódicos sobre todo liberales, tanto en la capital como en las ciudades principales. En 1832 aparece en Caracas el primer diario: *El conciso*.

Las últimas décadas del siglo XIX son de crecimiento continuo de la prensa, sobre todo la caraqueña, a pesar de las guerras federales (1859-1864) y del inicio de la dictadura de Castro en 1899.²⁵² Será, como en el resto de países, una prensa sobre todo liberal, y también destacará la prensa satírica y la literaria. A fines de siglo, Venezuela contará con cien publicaciones, treinta de ellas en Caracas, entre ellos diez diarios.

III.5.1.2. Dictaduras hasta 1958 y larga estabilidad democrática.

Hasta 1958 Venezuela vivirá en constante dictadura, excepto entre 1935 y 1950, período democrático pero muy agitado. La dictadura más larga, la de Gómez, de 1909 a

²⁵⁰ Cfr. Checa Godoy (1993): op. cit., p. 18.

²⁵¹ Cfr. Checa Godoy (1993): "La prensa en Venezuela de la independencia a las guerras federales, 1811-1859", en op. cit., pp. 65-67.

²⁵² Cfr. Checa Godoy (1993): "La prensa venezolana a finales del XIX", en op. cit., pp. 152-158.

1935, disfruta de un progreso económico, pero ningún gobierno dictatorial apoya la libertad de expresión, aunque el régimen de Gómez es más abierto que los demás. Pese a ello, es una etapa muy prolífica pues en 1935 ya hay más de 300 publicaciones, de las que Caracas concentra una tercera parte. No obstante, son títulos poco estables, pues tras 1935 eran pocos los periódicos existentes que habían nacido antes de los años 30²⁵³.

Es destacable el fenómeno del periodismo obrero, que en Venezuela no surge hasta 1909 bajo el régimen de Gómez, que permitió cierta apertura, pero no se expande hasta finalizado dicho régimen, en 1935, y durante la década siguiente. Van a aparecer en esos años periódicos de izquierdas, hasta ese momento inexistentes.

Destacamos también que hasta 1941, con los diarios *La esfera* y *Últimas Noticias*, no se desarrolla un periodismo actual, y que hasta después de la Segunda Guerra Mundial no surjan los grandes periódicos que perviven en la actualidad, caracterizados por intentar una independencia política.

De 1950 a 1958 el dictador Marcos Pérez Jiménez ejerció un total control de la prensa. Le sucede Rómulo Betancourt, primer presidente democrático, que mantiene casi los mismos controles pero con el objetivo concreto de eliminar la amenaza comunista organizada, que había atentado contra su gobierno.²⁵⁴ No obstante, desde los gremios se ha calificado de excesos antidemocráticos las actuaciones de Betancourt.²⁵⁵ Pese a ello, desde 1958 Venezuela experimenta una estabilidad democrática sin parangón en el subcontinente —a pesar del fallido golpe de estado del comandante Hugo Chávez en 1992²⁵⁶— que le permite alcanzar hasta principios de los noventa altos niveles de libertad de prensa y un florecimiento del periodismo, así como los niveles de lectura más altos de Iberoamérica²⁵⁷. Un amplio informe de la Universidad Central de Venezuela sobre la comunicación social en el país de 1946 a 1986 explica el gran avance logrado en esos años en acceso a los

²⁵³ Cfr. Checa Godoy (1993): “La Venezuela de las dictaduras: Castro, Gómez y Pérez Jiménez, 1899-1958”, en op. cit., pp. 272-273.

²⁵⁴ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op.cit., p. 180.

²⁵⁴ Ibidem, pp. 186 y ss.

²⁵⁵ Cfr. Manuel Isidro Molina (1980): “Nacimiento y desarrollo del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa” (trabajo de grado de Licenciatura), publicado en <http://www.sntp.org.ve/historia.htm>, consulta: 15-4-08. El autor ha sido dirigente tanto del SNTP como del Colegio Nacional de Periodistas.

²⁵⁶ La profesora Gloria Cuenca también menciona como lesiones fuertes a la libertad de expresión la suspensión de garantías constitucionales el 27 de febrero de 1989, en el segundo período de Carlos Andrés Pérez, además del 4 de febrero y 27 de noviembre de 1992 en los dos intentos de golpe de Estado, año en el que murieron tres periodistas en funciones profesionales. Cuenca (1996): “La enseñanza de la ética profesional”

²⁵⁷ Cfr. A. Checa Godoy (1993): “La Venezuela democrática y sus periódicos, 1958-1992”, en op. cit., pp. 418-422.

medios por parte de la población debido al descenso del analfabetismo, aumento de la población urbana, progreso de las vías de comunicación y la multiplicación de medios de comunicación²⁵⁸.

En 1994, Venezuela contaba con 61 diarios cuya tirada alcanzaba los tres millones de ejemplares, 186 por cada mil habitantes, media superior a otros países del subcontinente.²⁵⁹

III.5.1.3. 1999-2013: Chavismo y giro totalitario.

Desde 1999, gobierna el país por elecciones democráticas Hugo Chávez Frías, que ya va por su tercer mandato, casi una década en la que según muchos organismos internacionales se ha ido deteriorando la libertad de expresión en Venezuela.²⁶⁰ Aunque por las continuas manifestaciones chavistas y antichavistas la apariencia del país pueda ser de pluralista, estas organizaciones llevan años alertando de las trabas legales y mecanismos restrictivos a la libertad de expresión que Chávez ha creado así como de las constantes amenazas y agresiones que sufren los periodistas por parte del oficialismo. Se consideran también atentatorias las reformas hechas al Código Penal para contemplar algunos delitos en materia de prensa así como que se mantenga, frente a la tendencia en la región de eliminarla, la figura del desacato. En 2005 Venezuela aumentó el número de funcionarios públicos protegidos por este delito de prensa.²⁶¹ De este modo, según Benezra, “se está utilizando el derecho penal como arma de intimidación y de amedrentamiento a la disidencia de todo pensamiento contrario”. Igualmente, el periodista Andrés Cañizález, del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) de Caracas, afirma que en el período 2002-2004 se dieron numerosos casos de agresiones e intolerancia contra periodistas por parte de activistas chavistas así como un incremento de procesos judiciales en su contra.²⁶²

La académica y periodista Gloria Cuenca de Herrera, de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, denunciaba en noviembre de 2006, en un

²⁵⁸ Cfr. Eleazar Díaz Rangel (coord.) (1988): *40 años de Comunicación Social en Venezuela 1946-1986*, Caracas, Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, p. 19.

²⁵⁹ Cfr. Enrique Ríos (1994): op. cit., p. 507.

²⁶⁰ Reporteros sin Fronteras, Freedom House, Human Rights Watch, Amnistía Internacional y la Sociedad Interamericana de Prensa, según lo afirma el periodista venezolano Jorge Luis Benezra (2007) en “La libertad de expresión en Venezuela”, en Sala de Prensa, No. 102, jun. 2007, consulta 5-2-08.

²⁶¹ Cfr. “Informe del relator especial para la libertad de expresión, 2005”, Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, citado por Gerardo Albarrán de Alba (2007): “Estado de la libertad de expresión”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación...Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel, p. 231.

²⁶² Cfr. Andrés Cañizález (2007): “Palabra enjuiciada”, en *Infocracia*, sitio web del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas), en http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/Infocracia_CIC/recursos/palabra_enjuiciada.pdf, consulta 17-1-08.

Homenaje por el día del periodista, “las presiones, agresiones, chantaje y amenazas” del régimen de Chávez, detallando las múltiples extorsiones que se habían dado hasta el momento contra la prensa: agresiones a más de mil periodistas, obstáculos a las fuentes gubernamentales, persecución a portavoces de la oposición, apertura de juicios civiles y militares a periodistas, expedientes a televisiones privadas, multas multimillonarias a medios, allanamientos de periódicos, etc... aparte de la aprobación en 2004 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, llamada también Ley Resorte o Ley Mordaza, y el cierre de Radio Caracas TV. En esa ocasión, Cuenca exhortaba a los periodistas del país a hacer una defensa activa y urgente de la libertad de expresión y de la democracia.²⁶³

Además, la preocupación por el asesinato de periodistas venezolanos y agresiones han sido denunciadas en 2006 por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA y por parte de la ONG venezolana Espacio Público.

Un hecho muy sintomático de la crítica situación de la libertad de expresión en Venezuela fue la suspensión el 27 de mayo de 2007, por parte del gobierno, de la señal abierta de Radio Caracas Televisión (RCTV), confinándolo al restringido ámbito de la televisión por suscripción. RCTV era el canal más antiguo, de los de mayor cobertura y con mayor audiencia. Según Cañizález, su salida de la señal abierta fue el precio que pagó RCTV por su línea editorial abiertamente crítica, y es uno de los peores errores políticos del gobierno, que ha provocado un fuerte impacto emotivo y simbólico en el país.²⁶⁴ Durante el 2007 el gobierno hizo amenazas contra otros canales críticos, como el canal de noticias Globovisión, coincidiendo con un tenso momento político como fue el referéndum del 2 de diciembre sobre las reformas constitucionales propuestas por Chávez, entre las que estaban su reelección indefinida, y que finalmente perdió. El contexto pre-referendum incrementó la agresión contra periodistas lo cual hizo que el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa calificara al penúltimo mes del 2007 como “noviembre negro”. Un estudio hecho por la UCAB y por la Universidad de Gotemburgo (Suecia) en las cuatro semanas previas al referéndum evidenció la polarización ideológica de los medios públicos y privados pero con una diferencia: mientras los medios críticos al gobierno (RCTV y

²⁶³ Intervención en un acto de homenaje y solidaridad con los periodistas perseguidos y hostigados, el 30 de noviembre de 2006 en Caracas, inédito, enviado por la autora el 25-4-08.

²⁶⁴ Cfr. Andrés Cañizález (2007): “Balance 2007”, en *Infocracia*, www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/index.php?load=infocracia_balance_2007.htm&seccion=2550, consulta: 17-1-08.

Globovisión) daban espacios a la línea chavista, los canales oficialistas (Tves y VTV) invisibilizaban toda expresión antichavista. Esto evidencia la exagerada parcialidad de los medios públicos venezolanos, que fomentan el culto a la personalidad de Chávez, así como la intolerancia y beligerancia de éste que, después del 2D, llegó a dirigirse a un reportero como “periodista de mierda”, expresión acorde con su forma habitual de dirigirse a la prensa a la que se refiere como “prensa terrorista” o que realiza “campañas bastardas”.²⁶⁵

Otro hecho que ha sido objeto de muchas críticas contra el gobierno y de amenazas por parte de éste ha sido la aprobación de la Ley Resorte (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión) en diciembre de 2004, criticada por su carácter retrógrado y totalitario pues instituye, entre otras cosas, el monopolio gubernamental sobre el contenido de los medios.²⁶⁶ Según Carlos Lauría, Coordinador del Programa de las Américas del *Committee to Protect Journalists*, la ley restringe ampliamente la libertad de expresión y establece penas excesivas como suspensión y revocación de frecuencias por difundir informaciones que alteren el orden público.²⁶⁷ Además, el lenguaje impreciso con que está escrita se presta para silenciar a los medios privados e imponer la censura, y de hecho, desde diciembre de 2004 los canales se abstuvieron de emitir los violentos disturbios ocurridos ese mes en Caracas. Un dato interesante al respecto es que en febrero de 2008 el diario *El Universal* publicó, en un artículo que resume la serie de agresiones y amenazas legales hechas por Chávez durante su largo mandato, que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones ha abierto numerosos expedientes contra el canal Globovisión por difundir mensajes que podrían contravenir la Ley Resorte.²⁶⁸

Otro dato significativo de la situación venezolana es que el Estado se ha ido haciendo con una grueso sistema de medios públicos de propiedad directa: cinco canales de televisión, siete emisoras de radio y una agencia de noticias²⁶⁹. A ellos se añaden los medios paraestatales, que nacen por iniciativa del gobierno y son respaldados jurídica y publicitariamente por éste, quien también les ayuda con la compra de equipos, y lo

²⁶⁵ Ibídem.

²⁶⁶ Cfr. Bernardino Herrera (2004): “Las leyes de medios: búsqueda de otros paradigmas”, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, en http://www.ecs.human.ucv.ve/Profesores/Bherrerapub_art/Leyesdemediosbusquedadeotrosparadigmas.htm#_ftn1. Consulta: 9-4-08.

²⁶⁷ Cfr. Carlos Lauría (2005): “Informe 2004 del CPJ: Embestidas contra la prensa latinoamericana”, en Sala de Prensa, No. 79 (mayo 2005), Año VII, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art609.htm>, consulta: 11-4-08.

²⁶⁸ Información recogida en el artículo “Libertad de prensa: El Universal de Venezuela advierte sobre nuevas amenazas de Chávez a los medios”, en www.medioslatinos.com/modules/news/article.php?storyid=884, consulta: 6-2-08.

²⁶⁹ Cfr. Marcelino Bisbal (2007): “Informe por países: Venezuela”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): op. cit., pp. 133-134.

conforman 400 emisoras de radio comunitarias, 36 televisoras comunitarias y una centena de periódicos de diversa periodicidad, agrupados en la Asociación Nacional de Medios Comunitarios, Libres y Alternativos (ANMCLA). Nos encontramos, pues, ante un Estado-comunicador que aprovecha astutamente para su propio beneficio la capacidad educadora e ideologizante de los medios.

III.5.2. Luces y sombras en la organización gremial venezolana.

El año de 1958, cuando vuelve la democracia a Venezuela, inició una época de florecimiento de los medios de comunicación y de los organismos gremiales.²⁷⁰

El gremialismo venezolano es de los más antiguos. Ya hubo intentos de fundar una asociación en 1894 y fue en 1916 cuando se fundó la Asociación de Periodistas Venezolanos. En 1941 surge la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP)²⁷¹ y en 1946 nace el Sindicato Nacional de Periodistas, que pronto cambió su nombre por el de Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa. Ese año la AVP realiza su primera convención de seccionales donde defendieron “la libertad de expresión como garantía democrática de la existencia del verdadero periodismo”.²⁷² Hitos importantes que se atribuye la AVP es haber impedido una ley de prensa que el gobierno promovió en 1941 y oponerse constantemente a toda legislación de la prensa durante al menos en sus dos primeras décadas, y la participación en el proceso que logró derrocar la dictadura el 20 de enero de 1958, pues la junta directiva de la AVP fue el único organismo colegiado que se involucró, lo cual hizo con una huelga general.

Un hecho destacable para el profesionalismo venezolano fue la creación de la Escuela de Periodismo en la Universidad Central de Venezuela en octubre de 1946, siendo la segunda en Latinoamérica, cosa anhelada anteriormente, en medio de dos enfoques sostenidos por los profesionales: el que defendía el carácter empírico de la profesión y el que veía en la formación universitaria la única vía de acceso.²⁷³

Por parte del empresariado, en 1958 se crea el Bloque de Prensa Venezolano ante la desaparición de la Cámara Venezolana de la Industria Periodística de Editores de

²⁷⁰ Cfr. Eleazar Díaz Rangel (coord.) (1988): op. cit., p. 275. Los datos cronológicos que siguen son tomados de la misma obra, pp. 449-452.

²⁷¹ Dato que también recoge Servando García Ponce (1961): *Apuntes sobre la libertad de prensa en Venezuela*, Caracas, Universidad Central de Venezuela, p. 72.

²⁷² Cfr. S. García Ponce (1961): op. cit., p. 91.

²⁷³ Cfr. S. García Ponce, p. 91.

Periódicos. El Bloque logrará en 1964 que se retirase del Congreso un proyecto de ley de prensa, apoyado por la AVP y el SNTP.

En 1972 se aprueba la Ley de Ejercicio del Periodismo, por la cual se crea el Colegio Nacional de Periodistas (CNP), que se reúne por primera vez en Convención en 1976 aprobando el Código de Ética del Periodista venezolano. Es notorio mencionar la proliferación de gremios sucedida en esos años en todas las ramas de la comunicación: prensa, radio, televisión, periodismo especializado (deportivo, científico, turístico, hípica), publicidad, relaciones públicas, así como cámaras de industriales de todos los sectores y asociación de anunciantes.

Actualmente, el CNP enfrenta una fuerte crisis pues no celebra elecciones a su Junta Directiva Nacional desde 1998. En junio de 2000 la Asamblea Nacional Constituyente suspendió la realización de los comicios que estaban convocados para ese mismo mes. Para un sector del periodismo venezolano del que forma parte el ex presidente del CNP en el período 1996-1998, Manuel Isidro Molina, esta situación se debe a las acciones coordinadas entre el gobierno y sus partidarios miembros del CNP, de la Asamblea Nacional Constituyente y del Consejo Nacional Electoral, como estrategia para debilitar y mantener sujeto al régimen al CNP.²⁷⁴ Para Andrés Cañizález, la situación del CNP es el correlato de la desarticulación institucional del país y está imposibilitando el debate periodístico sobre la crisis nacional y sobre el rol de los periodistas. No obstante, es el SNTP el que está canalizando ahora ese debate y abogando por el rescate y el papel del CNP.²⁷⁵

III.5.3. El autocontrol en Venezuela.

Como hemos visto en los otros países, el mecanismo de autocontrol más utilizado en Venezuela ha sido el código de ética y esto no solo en el campo periodístico sino en la comunicación audiovisual, en la Publicidad y en las Relaciones Públicas. Sobre los otros mecanismos han surgido y existen algunas experiencias, en mayor o menos desarrollo, que evidencian el estado aún incipiente del autocontrol en el país.

²⁷⁴ Cfr. Manuel Isidro Molina (2007): “Capturar o dividir al CNP”, en Semanario La Razón, http://www.soberania.org/Articulos/articulo_3346.htm, y en “El colapso de la CNP y su reconstrucción”, en <http://www.sntp.org.ve/feb172008.asp>, consulta: 9-4-08.

²⁷⁵ En su página web: www.sntp.org.ve, consulta 11-4-08.

Ha habido varias iniciativas en Venezuela para crear un consejo de prensa, pero todas sin éxito.²⁷⁶ En 1977, el Colegio Nacional de Periodistas intentó conformar un consejo de prensa, con el apoyo de importantes partidos políticos y de la Iglesia, pero la presión de los dueños de los medios lo impidió. En 1981, en el Congreso de los Diputados se propuso crear un Consejo Nacional de Comunicación, pero igualmente no prosperó. Igual suerte corrió la propuesta del partido Comité de Organización Política Electoral Independiente (COPEI) acerca de un Consejo Nacional de la Prensa en 1986. En los noventa hubo otro intento de crear una comisión de ética, que fue elegida por consenso por los mismos medios, pero ellos mismos no la tomaron en cuenta. Por su parte el Colegio Nacional de Periodistas tiene Tribunales Disciplinarios nacionales y seccionales pero es difícil que los periodistas ‘comparezcan’ y especialmente en estos momentos en que hay muchas tensiones entre medios y periodistas.²⁷⁷

Respecto al *ombudsman*, existe la figura al menos en el importante diario *El Nacional* y en *Últimas Noticias*, pero no se puede decir que se haya consolidado, aunque hay una abundante correspondencia de los lectores hacia los Defensores.²⁷⁸ En 1987, el *Diario de Caracas* lo instituyó pero con la función de defender al ciudadano del poder estatal, aparte de defender al lector de las incorrecciones del periódico. Despareció al poco tiempo por la falta de hábito de los lectores y el poco apoyo. En 1998 fue el diario *El Nacional* quien creó la figura, que permanece hasta la actualidad y cuenta con su propio blog, preciándose de ser el primer defensor del lector del país.²⁷⁹ En 2002, se transformó en corporativo pues atendía a todas las publicaciones de la Compañía Editora *El Nacional*, que agrupa al periódico *Así es la Noticia* y a las revistas *Todo en Domingo*, *Primicia* e *Internet World*.²⁸⁰

Según Andrés Cañizález,²⁸¹ del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), hubo dos periódicos que tuvieron también *ombudsman*: *El Sol de Margarita* (Isla Margarita, estado Nueva Esparta), y *El Diario de los Andes* (Estados de Trujillo, Mérida y Táchira), pero no continuaron. En radio existe la

²⁷⁶ Cfr. Eleazar Díaz Rangel (1996): “El poder de los medios y el ombudsman”, en Chasqui, No. 54, jun. 1996, Quito, Quipus-CIESPAL, p. 70.

²⁷⁷ Según Gloria Cuenca en correspondencia electrónica mantenida el 25-4-08.

²⁷⁸ *Ibidem*.

²⁷⁹ http://www.el-nacional.com/www/site/blogs_listado.php?q=m/1/219&id=t.tid-1473.

²⁸⁰ Cfr. Gerardo Albarrán (2002): “La figura del defensor del lector en los diarios digitales”, en Sala de Prensa, No. 50 (dic 2002), Año IV, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art405.htm, consulta: 21-4-08.

²⁸¹ En la conversación virtual mantenida el 11 de abril de 2008.

figura en la emisora estatal Radio Nacional de Venezuela desde enero de 2005, dando cumplimiento a lo exigido por la Ley Resorte.²⁸²

En el campo televisivo, fruto de una gran reacción de la sociedad civil, se consiguió que los propios canales crearan el *ombudsman* de la televisión venezolana, pero ante la primera actuación que quiso realizar para frenar los excesos de los canales, tuvo una gran resistencia que le obligó a renunciar y con ello se disolvió también la figura. Para Díaz Rangel, lo triste es que este hecho pasó desapercibido en los medios y demostraba la debilidad de la audiencia venezolana que no fue capaz de mantener al *ombudsman*.

En cuanto a Códigos de Ética, constan públicamente los elaborados por la Asociación Venezolana de Periodistas (1959) y por el Colegio (1976, 1988 y 1997). En cuanto a los procedentes de medios, tan solo el diario *El Nacional* ha editado su Manual de Estilo, que contiene algunos postulados éticos, y el resto de medios o no los tiene o no son de dominio público. De hecho, en una encuesta realizada por la UCAB en 2005, los periodistas venezolanos expresaron que sus dilemas éticos los resolvían individualmente o en diálogo con su jefe respectivo, pero no con la ayuda de ningún código ético.

En el campo de la comunicación audiovisual, de la publicidad y de las relaciones públicas sí ha habido una preocupación deontológica, como lo demuestra la existencia de los siguientes códigos: el Código de Ética de la Radiodifusión Privada Venezolana, aprobado en 1993, que contempla un Tribunal de Honor; el Código de Ética de la Cámara Venezolana de la Televisión, de abril de 1991; el Código de Ética de la Asociación de Relaciones Públicas de Venezuela, aprobado en 1968; el Código de ética de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) y de la Federación Venezolana de Agencias Publicitarias (FEVAP), aprobado el 25 de febrero de 1992, y el Instructivo de normas y procedimientos del Comité de Ética de ANDA-FEVAP.²⁸³

Las profesoras Morales y Parra manifestaban en un artículo de 2005 que hay un profundo debate en Venezuela sobre el papel de los medios en una sociedad democrática y los estrechos vínculos con el ejercicio ético de la profesión del comunicador social y el respeto al derecho a la información del ciudadano”.²⁸⁴ Mencionan el cuestionado papel de la televisión durante la grave crisis política de 2002, pues, según ellas, los medios

²⁸² Como consta en su página web: <http://www.rmv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=22&t=12471>, consulta: 13-4-08.

²⁸³ Todos estos códigos están publicados por la Oficina Central de Información de Venezuela, Caracas, 1994.

²⁸⁴ Cfr. Elda Morales y Luz Neira Parra (2005): “Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación profesional del comunicador. Venezuela: La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión”, *Espacio Abierto*, Vol. 14, no. 3 (jul.sept 2005), Maracaibo, Universidad del Zulia, p. 461.

audiovisuales se autocensuraron a favor de intereses políticos y económicos desestabilizadores del sistema democrático venezolano y de la institucionalidad. Destacan también las dos profesoras la feroz oposición de los propietarios y directivos de los medios a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) aprobada por la Asamblea Nacional en diciembre de 2004, lo cual interpretan como una defensa abierta del monopolio existente en el sector mediático.

En cuanto a iniciativas como observatorios, hay que mencionar la existencia del Observatorio Global de Medios (OGM), Capítulo Venezuela, que está asociado con el *Media Watch International* (París), creado en 2002 en Porto Alegre, pero funciona autónomamente. El OGM, constituido en 2002 como asociación civil, se autodefine como una organización social cuyo propósito es ejercer la observación permanente de la información emitida por los medios y velar por la vigencia del derecho de la libre expresión e información²⁸⁵. Aunque tiene mayor posicionamiento fuera del país que dentro, con trabajos como el equilibrio informativo durante el referéndum revocatorio de 2004, se está convirtiendo en punto de referencia y consulta para centros de investigación, medios de comunicación, observatorios de otros países, estudiantes y profesionales. En 2005, en el primer número de su boletín informativo, se planteaba ampliar su radio de acción no solo a los medios privados sino a los públicos y a los comunitarios, para analizar las nuevas realidades político-mediáticas que se estaban configurando en el país y ver cómo se comunicaba el Estado²⁸⁶. Otro objetivo prioritario era analizar la Ley Resorte y la reforma al Código Penal, así como conseguir espacios de difusión de los análisis del observatorio para garantizar la crítica en el país.

Lo que nos parece relevante del OGM es su defensa de la responsabilidad social de los medios en la protección del derecho a la información, y la relación que esto tiene con la democracia en el especial momento que vive Venezuela. Así lo expresa Olga Dragnic, miembro del OGM, cuando dice que los observatorios “deben mostrar fehacientemente el abandono de los principios de responsabilidad social por parte de los medios, discernir las posibles causas y consecuencias y orientar sobre el uso crítico de los mensajes mediáticos”, cosas que solo serán posibles —según ella— con rigor científico, independencia y compromiso moral con los receptores.²⁸⁷

²⁸⁵ Cfr. web oficial del OGM: http://www.observatoriomedios.org.ve/que_es.asp consulta: 11-4-08.

²⁸⁶ Cfr. *Observatorio de medios Venezuela informa*: Boletín Informativo del OGM-Capítulo Venezuela, 2005, N° 1, Año 1, pp. 2-3.

²⁸⁷ Cfr. Olga Dragnic (2005): “Una aproximación al papel de los observatorios de medios en un sistema democrático”, conferencia presentada al Primer Simposio “Comunicación para el Siglo XXI / Observando a

Como se ha visto, el desarrollo de los mecanismos de autocontrol en Venezuela es todavía incipiente. Además de lo mencionado, existe un intento de consejo de lectores en el diario *El Tiempo*, de Puerto Santa Cruz, y de consejos editoriales en *El Nacional*, en el que participan académicos, expertos y líderes de la sociedad civil. No obstante, las iniciativas con paso firme del *ombudsman* de *El Nacional* y del OGM, así como la labor que se hace desde las universidades, no solo desde la materia de ética periodística sino desde toda la actividad académica, permiten avizorar buenas perspectivas para el crecimiento del autocontrol y de la responsabilidad de los medios.

III.6. EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO Y EL AUTOCONTROL EN CHILE.

III.6.1. Elementos históricos del periodismo chileno.

III.6.1.1. Siglo XIX: prensa liberal en un siglo de estabilidad política.

El periodismo en Chile, como en el resto de países del cono sur y Venezuela, es tardío respecto de los primeros periódicos suramericanos. En Argentina, hasta 1801 no aparece el primer periódico que fue el *Telégrafo mercantil*, y en Chile hasta 1812, cuando nace *La aurora de Chile*, que marca también el nacimiento de la prensa liberal en Santiago²⁸⁸. Este periódico defiende la independencia y las ideas ilustradas, lo que provoca que ese mismo año aparezcan las primeras restricciones a la libertad de expresión. Asimismo, aparecen los años siguientes periódicos liberales y también realistas.

La derrota definitiva de los españoles en 1817 permitirá el despegue del periodismo, beneficiado además con la estabilidad política que disfrutará Chile durante todo el siglo XIX, pues excepto la guerra contra la confederación Perú-Bolivia (1836-1839) y la guerra con Perú (1879-1883), no habrá los vaivenes políticos de otros países que provocan tantas medidas en contra de la prensa. La prensa será más estable y completa que la de los países vecinos, y será de dominio esencialmente liberal, en distintos grados, dominio que irá siendo atemperado progresivamente por corrientes moderadas.

los Medios”, en la Universidad Santiago de Cali, Colombia, 13-14 de octubre de 2005: <http://www.observatoriodemedios.org.ve/documentos/aprox.asp>, consulta 13-4-08.

²⁸⁸ Cfr. Checa Godoy (1993), op. cit., pp. 23-25.

Es destacable el nacimiento en 1827, en la segunda ciudad del país, del *Mercurio de Valparaíso*, que fue una gaceta mercantil y marítima²⁸⁹. Según Guasch²⁹⁰, tiene el honor de haber sido el primer periódico diario de Latinoamérica, que se mantiene hasta la actualidad. Pero hasta 1843 no surge el primer diario en Santiago, *El progreso*.

Santiago y Valparaíso serán los dos centros del desarrollo periodístico en el siglo XIX aunque las distancias promoverán una descentralización y el crecimiento de la prensa en todo el país. Hasta la cruenta revolución de 1891 contra Balmaceda, existían en Chile 150 periódicos: 40 en Santiago, de los cuales 10 eran diarios; 12 en Valparaíso, y los demás repartidos entre doce ciudades.

El año 1891 es crucial para la prensa chilena. De enero a agosto se produce una guerra civil entre el presidente Balmaceda, originalmente liberal y después oligárquico, y los revolucionarios que se adueñan del norte²⁹¹. El presidente acaba siendo derrotado, suicidándose después, e inicia la etapa parlamentarista, en la que el poder legislativo domina sobre el ejecutivo. Aunque en esos meses críticos de 1891 son suspendidos muchos periódicos, aparecerán muchos nuevos, llegando ese año a 220 las publicaciones y en 1892 a 208. Esto supone una fuerte remodelación del panorama periodístico impreso.

III.6.1.2. Parlamentarismo y liderazgo de la prensa chilena.

Igualmente, los años de parlamentarismo, que se extienden hasta 1925, en los que se disfruta de estabilidad política y desarrollo económico, ponen a Chile a la vanguardia del periodismo iberoamericano por el número y calidad de las publicaciones. Hay que destacar que el 1900 marca el inicio de la concepción moderna de empresa, con el nacimiento del *Mercurio de Santiago*²⁹².

Desde 1930 hasta 1970 Chile pasa por varias etapas, desde los críticos e inestables años 30, hasta los años de predominio del Partido Radical, con momentos de alianza con el Partido Comunista, hasta una última etapa conservadora que se cierra con el gobierno de Frei en 1970. Esto no impidió, según Ríos²⁹³, que se diese una estabilidad constitucional que logró la conquista de numerosas libertades y derechos individuales. Lo que nos

²⁸⁹ Cfr. Mario Planet (1981): “La formación de los periodistas en Chile”, en M. Planet y AAVV.: *La formación de los periodistas en América Latina*, México D.F., Editorial Nueva Imagen, p. 191.

²⁹⁰ Cfr. J. M. Guasch (1990), op. cit., p. 163. Este autor manifiesta que *El peruano* surgió en Lima en 1826 pero que tardó en ser diario, además de que no se publicó en varias ocasiones. Checa Godoy (1993:131) afirma que *El peruano* inició en 1825 y que no fue diario hasta años más tarde, pero como existe hasta la actualidad, se puede considerar el diario más antiguo de Iberoamérica.

²⁹¹ Cfr. Checa Godoy (1993): “La prensa en el Chile parlamentarista: 1891-1925”, en op. cit., pp. 233-241.

²⁹² Cfr. Enrique Ríos (1994): op. cit., p. 495.

²⁹³ Ibidem.

importa resaltar es que a pesar de la inestabilidad política, Chile llega en los años 60 al millar de publicaciones y a una de las tiradas más altas del subcontinente. También se puede destacar la numerosa y variada prensa especializada así como la vinculación de la prensa a los distintos partidos políticos, unido a la dependencia de los medios de los grandes grupos económicos, pero en un escenario periodístico de pluralidad.²⁹⁴

Según Pearce, hasta 1970 Chile era admirable en casi todo: educación, salud, gobernabilidad, literatura y medios de comunicación. Disponía de periódicos y revistas de calidad, una buena producción editorial, una importante importación de libros, una radiodifusión desarrollada y una significativa producción fílmica.²⁹⁵

III.6.1.3. El trienio de Allende.

Los tres años del gobierno de la Unidad Popular, de Salvador Allende, entre octubre de 1970 y septiembre de 1973, representan el período más tenso y politizado de la sociedad chilena. En cuanto a la prensa, crece el índice de lectura y el número de periódicos y se vive una gran libertad de expresión —según Pearce,²⁹⁶ más libertad que en ninguna época chilena—, en medio de una fuerte conflictividad, pues la izquierda gobernante busca hacerse con medios y armar estrategias que frenaran el casi monopolio periodístico de la prensa conservadora. De hecho, el Estado llegó a tener el 40 % de las radios, estatizó varios diarios, tomando el control del importante diario *La Nación*, y adquirió la fuerte editorial Quimantú.²⁹⁷

Como puntos de conflicto se suma que el congreso, controlado por la oposición a Allende, aprobó una ley que limitaba el poder del gobierno para regular los medios y, por otro lado, parece probable que Estados Unidos financiara medios de comunicación de la oposición²⁹⁸, aunque algunos autores como Pearce afirman que nunca se presentaron pruebas fiables de ello.²⁹⁹ Baldivia sostiene, no obstante, que hay informes del Congreso de los EEUU que demuestran que desde 1962 grandes corporaciones transnacionales intentaron evitar un gobierno izquierdista y tras la victoria de Allende ayudaron financieramente a la desestabilización del régimen. De hecho, en el período 1974-1976 los

²⁹⁴ Cfr. Checa Godoy (1993): “Chile a mediados del siglo XX”, en op. cit., pp. 347-354.

²⁹⁵ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., pp. 89-90.

²⁹⁶ *Ibíd.*, pp. 186 y ss.

²⁹⁷ *Ibíd.*, p. 94.

²⁹⁸ Cfr. José Baldivia Urdinica (1981): *La formación de los periodistas en América Latina (México, Chile y Costa Rica)*, México, Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, p. 230.

²⁹⁹ Cfr. Enrique Ríos (1994): op. cit., p. 496 y Rosa Zeta (2004): “Los medios de comunicación en América Latina. La época de la concurrencia de medios (1918-1975)”, en C. Barrera (coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, Ariel, p. 325.

²⁹⁹ Op. cit., p. 95.

grupos financieros internacionales entregaron diez veces más créditos que en los tres años de Allende.³⁰⁰

El trienio de Allende se caracterizó por una pugna continua por la propiedad de los medios, en medio de lo cual nacieron o se relanzaron numerosas publicaciones políticas.³⁰¹

III.6.1.4. Pinochet y la crisis del periodismo chileno.

Con el golpe de estado del 11 de septiembre de 1973 se produce la mayor crisis del periodismo chileno. Además, es de los pocos países latinoamericanos en los que la supresión de la libertad de prensa destruía una norma muy arraigada y en el que los medios ejercían el pluralismo político.³⁰² Desaparecen todos los periódicos afines a Allende y se reorientan los que eran propiedad del Estado. Los diarios reducen considerablemente su tiraje, incluido el de los conservadores, que son los únicos de circulación nacional con un tiraje aceptable, y se vieron abocados a un periodismo uniforme y poco competitivo.³⁰³ A finales de los 70, el gobierno chileno, a medida que disminuían los peligros físicos contra los periodistas, aumentaba el control de la prensa desde distintos flancos: cierre y suspensión; secuestro y destrucción de ejemplares; expulsión de corresponsales extranjeros y apropiación de talleres y sedes.³⁰⁴

Tras los dos primeros años de dictadura, se produce toda una década de estancamiento, hasta que desde 1985, con la progresiva apertura del régimen, empieza a resurgir la prensa. De hecho, en el proceso de normalización democrática la prensa chilena, especialmente la semanal, jugó un papel muy importante.

Los medios de comunicación quizás hayan sido de los sectores que más sufrió toda la agitación política, tanto por las desapariciones de periodistas —40 fueron asesinados— como por el abandono de muchos, y también fueron criticados duramente por su actuación en la crisis de los años 70.³⁰⁵ Según Baldivia, los medios cumplieron una función legitimadora del sistema y fueron permeables a los intereses de las grandes transnacionales, pues se daba una estrecha vinculación entre éstas y los medios de

³⁰⁰ Cfr. José Baldivia (1981): op. cit., p. 231.

³⁰¹ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 928 y Checa Godoy (1993): “Chile: de la unidad popular a la dictadura, 1970-1975”, en op. cit., pp. 389-393.

³⁰² Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., p. 92.

³⁰³ Cfr. Eduardo Arriagada (2007): “Informe sobre los medios de comunicación en Chile”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): op. cit., p. 108.

³⁰⁴ Ibídem, p. 111. Véase también, para una visión de la censura y autocensura que vivieron los medios chilenos durante esa época, P. Portales y F. Quezada (1986): “La Ética Periodística está relegada en Chile”, en *Chasqui*, N° 18 (abril-junio 1986), Quito, CIESPAL (pp. 48-53).

³⁰⁵ Cfr. Robert N. Pierce (1982): op. cit., pp. 90-121.

comunicación que, de algún modo, los representaban en el país.³⁰⁶ Asimismo, estas corporaciones internacionales transmitían su ideología a través de las producciones televisivas y radiofónicas, de la industria musical y de las agencias de noticias.

Hay que destacar, por otro lado, que durante la dictadura hubo una resistencia al régimen desde algunos propietarios de medios, entre los que reaparecieron sigilosamente periodistas de izquierdas —el gobierno no usó ni licencias ni listas negras para controlar a los profesionales— y desde el colegio de periodistas y escuelas universitarias.

A este respecto, Chile es el país que más esfuerzos ha realizado por instruir a los periodistas y cuidar la concesión de títulos y la ética periodística. Su primera escuela de periodismo surgió en la Universidad de Chile en 1953. A los tres años surge una ley que obligaba la titulación y estipulaba que el colegio sería el órgano supervisor y árbitro del cumplimiento de la ética periodística. En la práctica esta ley no tuvo frutos más que para favorecer la buena formación periodística y para que actualmente los profesionales chilenos tengan una formación bastante buena y reconocida en el continente.

Por otro lado, el impulso de los colegios que se extendió por toda América Latina en los 70 partió de Chile, donde el colegio hizo esfuerzos por mantener la libertad de prensa, protestando cuando se daban abusos y pugnando para que sus criterios fueran incluidos en la nueva constitución nacional.

III.6.1.5. Transición democrática: crisis y resurgimiento de la prensa.

Durante el período de transición, desde los preparativos del plebiscito de octubre de 1988, en el que fue derrotado el general Pinochet, hasta la primera fase del gobierno democrático de Patricio Aylwin, iniciado del 11 de marzo de 1990, se desencadenó una fuerte crisis en la prensa, con una caída de las ventas y de la inversión publicitaria, y el cierre de algunos diarios y revistas.³⁰⁷ Esta crisis afectó sobre todo a la prensa más politizada que se alineó muy activamente o con la prensa “oficialista”, a favor de Pinochet, o con la de “oposición” y el llamado Comando del NO, polarización que reflejaba el dualismo que hubo durante la dictadura entre la “cultura oficialista” y la “cultura opositora”.

³⁰⁶ Cfr. José Baldivia Urdinica (1981): op. cit., p. 231.

³⁰⁷ Cfr. Guillermo Sunkel (1994): “La prensa en la transición chilena”, en Carlos Filgueira y Dieter Nohlen (comp.): *Prensa y transición democrática. Experiencias recientes en Europa y América Latina*. Frankfurt am Main/Madrid: Vervuert/Iberoamericana, p. 161.

Según los diversos estudios realizados por Guillermo Sunkel, la polarización de los medios en la primera fase de la transición, hasta marzo de 1990, hizo que defendieran las agendas políticas del bando correspondiente.³⁰⁸ Los medios opositores trataban los derechos humanos, la pobreza y la actividad política, y los medios oficialistas trataban el orden público y la economía. La realidad es que los medios eran caja de resonancia de dos agendas políticas antagónicas pero daban la información que requería la población. A partir de marzo de 1990 la situación cambia y la opinión pública se desmarca de esas agendas; empiezan a perder interés los temas macro y lo cobran los temas cotidianos. En definitiva, la crisis afectó a los diarios y revistas que nacieron durante la oposición a la dictadura mientras que los medios que la superaron fueron los que se adaptaron al nuevo contexto, rebajando su perfil político e incorporando otros elementos de diferenciación, y aquellos tradicionales no tan ligados a la dinámica política.

La organización Human Rights Watch hace un análisis mucho más crítico y afirma que los dos grandes periódicos *El Mercurio* y *La Tercera* apoyaron al gobierno militar, el cual les retribuyó rescatándoles de la crisis financiera que atravesaban a fines de la dictadura.³⁰⁹ Además, salieron favorecidos de la transición, aprovechándose del clima de consenso y la política de no intervención del gobierno. En la transición, ambos diarios supieron reorientar inteligentemente su perfil conservador hacia el centro para atraer lectores de la oposición con tal éxito que para 1998 los dos grupos ya monopolizaban el mercado de la prensa.

Lo que no podemos obviar es el importante papel de defensa de los valores democráticos y de interlocución, ante la imposibilidad del debate público, que realizaron algunas revistas opositoras sobre todo en el período previo a la transición, pues abrieron importantes espacios para que dirigentes sociales y políticos de la oposición pudieran expresarse. En la práctica, estas revistas tenían una circulación restringida a sectores de clase media y alta. Por ello, a partir de 1987 surgen diarios de oposición con el objetivo muy claro de reinstaurar la democracia pero dirigidas a un público masivo. Ejemplo de ello son los ya legendarios diarios *Fortín Mapocho* y *La Época*; el primero cerró en julio de 1991 y el segundo permaneció varios años más hasta 1998, en que la permanente crisis financiera le obligó a cerrar.

³⁰⁸ Cfr. Guillermo Sunkel (1994): op. cit., pp. 163 y ss.

³⁰⁹ Cfr. Human Rights Watch (1998): *Los límites de la tolerancia. Libertad de expresión y debate público en Chile*. Santiago de Chile, Lom ediciones, pp. 99-100.

Pese a esta crisis, desde la vuelta a la democracia Chile fue retomando los buenos índices de la prensa logrados antes de 1973, y llegó a principios de los noventa a más de 60 diarios y casi millón y medio de ejemplares, lo que significa 120 por mil habitantes, uno de los mejores niveles de Iberoamérica en aquellos momentos.³¹⁰ No obstante, estas cifras han bajado considerablemente al punto de que en la actualidad ha descendido mucho el índice de lectura y el de difusión, con 60 ejemplares por mil habitantes.³¹¹ El ingreso en el mercado de la prensa diaria desde el 2000, que alcanza un tiraje de 218.000 ejemplares, ha cambiado ligeramente ese panorama pues está desarrollando el hábito de lectura en los jóvenes.

Hoy se puede considerar que Chile cuenta con un sistema de medios comparable al de sociedades desarrolladas, pero condicionado por el tamaño de la población, la economía y por un desarrollo cultural bajo en términos generales, aunque bastante superior al del resto de la región andina.³¹² Comparte con el contexto andino la concentración económica que domina el sector mediático y como algo particular la fuerte presencia estatal en la televisión.

Respecto al estado de las libertades informativas, en 1998 Human Rights Watch denunciaba que el nivel de libertad de expresión en Chile era el peor de todas las democracias occidentales causado sobre todo por la que denominaba constitución autoritaria y por una función judicial muy conservadora, lo que lleva a los medios a practicar la autocensura.³¹³ En este sentido, esta organización denuncia especialmente la actuación restrictiva contra la libertad de expresión que ejerce el Consejo Nacional de Televisión (CNTV).³¹⁴ Desde luego, un hecho sintomático es que hasta el año 2000 Chile no derogó la censura previa ni el desacato, contemplada en el artículo 6b de la Ley de Seguridad Interior del Estado.³¹⁵ Además, es todavía de los pocos países de la región que todavía no dispone de una ley sobre el derecho de acceso a la información.

³¹⁰ Cfr. Checa Godoy (1993): "Después de los militares. El periodismo hoy en Argentina, Brasil, Chile y Perú", en op. cit., p. 493.

³¹¹ Cfr. Eduardo Arriagada (2007): "Informe sobre los medios de comunicación en Chile", en Bernardo Díaz Nosty (dir.): op. cit., p. 108.

³¹² Op. cit., p. 106.

³¹³ Cfr. Human Rights Watch (1998): op. cit., pp. 50-51. Sobre los límites a la libertad de expresión que impone la justicia chilena también se puede consultar Hernán Uribe O. (1999): *La invisible mordaza. El mercado contra la prensa*. Santiago de Chile, Editorial Cuarto Propio.

³¹⁴ Cfr. Human Rights Watch (1998): op. cit., pp. 62 y ss.

³¹⁵ Cfr. "Informe del relator especial para la libertad de expresión, 2001", Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, citado por Gerardo Albarrán de Alba (2007): "Estado de la libertad de expresión", en Bernardo Díaz Nosty (dir.): op. cit., p. 231.

La legislación televisiva es ciertamente un asunto controvertido en Chile por el cuestionado CNTV. Fue creado por ley en octubre de 1970, en el gobierno de Eduardo Frei, y se convierte en la primera ley que regula la actividad televisiva en el país, que solo permitió operar al canal estatal y al de tres universidades. Restablecida ya la democracia, la ley de 1992 modificó la anterior sobre todo en lo concerniente al consejo.

Para Hernán Pozo, habría que equilibrar la función fiscalizadora del CNTV con la de otros actores, como la autorregulación de los propios medios y la participación organizada de la sociedad civil. Según este autor, hay una tendencia en Chile hacia la regulación compartida, es decir, la coexistencia de mecanismos como el CNTV en el último de los casos, y priorizar los mecanismos de fiscalización por parte de los consumidores y de autorregulación por parte de los mismos canales.³¹⁶

Para algunos autores es importante la existencia de regulación estatal, sobre todo cuando falla la autorregulación, pero no como censura ni como autocensura, sino una regulación que parta de los actores, que los tenga en cuenta: en primer lugar a los ciudadanos y después a los canales. Sería, por tanto, una regulación hecha con participación ciudadana, como el caso de Perú.³¹⁷ Al respecto, las normas que rigen el CNTV contemplan la participación del público a través de denuncias.

No obstante, según el Informe Tendencias 2007 de Telefónica y Ariel, la libertad de expresión en Chile no sufre actualmente amenazas importantes, e incluso algunos *rankings* sobre respeto a la libertad de prensa, como el de Reporteros Sin Fronteras, lo sitúa en el puesto 49.³¹⁸

III.6.2. Organizaciones profesionales.

Chile es uno de los primeros países latinoamericanos en contar con colegio profesional lo cual sucedió en 1956 por una ley a iniciativa del Ejecutivo, que estipulaba la libre asociación y la colegiatura voluntaria, y que fue muy discutida en el Parlamento.³¹⁹ En las décadas desde los 30 hasta los 50 la profesión era utilizada como trampolín político y había una escasa conciencia profesional.³²⁰

³¹⁶ Cfr. Hernán Pozo (1997): op. cit., p. 111.

³¹⁷ Cfr. Hernán Pozo (1997): “La regulación de la televisión en Chile”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, p. 111.

³¹⁸ Op. cit., p. 107.

³¹⁹ Cfr. Hernán Uribe (1984): op. cit., p. 91.

³²⁰ Cfr. José Baldivia Urdinica (1981): *La formación de los periodistas en América Latina*. México, Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, p. 198.

El Colegio ejerció, como hemos mencionado, una importante resistencia a la dictadura de Pinochet y fue un referente para las organizaciones de otros países.³²¹ Por ejemplo, el Colegio denunció muchas veces en los años de dictadura el acceso limitado a las fuentes oficiales³²² y fue famoso su slogan durante la transición: “Sin libertad de expresión no hay democracia”. Según el “Informe de la Comisión Verdad y Periodismo: 1960-1990”,³²³ realizado por el Colegio, a partir de 1978 es constante la actividad del gremio en marchas de protesta, cartas a las autoridades y participación en organismos de oposición al Gobierno. Sin embargo, también ha tenido duras críticas en su contra. Hernán Uribe, periodista chileno y dirigente del Colegio en la dictadura y una vez acabada, que sufrió en carne propia la represión de Pinochet,³²⁴ denuncia el apoyo a la dictadura por parte de miembros del Colegio³²⁵ y su complicidad con la eliminación del mismo por parte del régimen.

Con Pinochet, la Constitución de 1980 prohíbe expresamente la colegiación obligatoria en su art. 19 y en 1981 se suprimen todos los colegios convirtiéndolos en asociaciones gremiales, restándole las facultades de control ético y fijación de aranceles que tenían antes.³²⁶ Pinochet también suprimió el carácter de profesión universitaria del periodismo en 1973, estatus que fue recuperado en 1991.

La Ley 19.733 de Libertades de Opinión e Información, de 2001, establece el libre ejercicio de la profesión, pues reconoce a los titulados universitarios como profesionales de la información pero indica que la titulación no es obligatoria para ejercer.

III.6.3. El autocontrol en Chile.

Los códigos de ámbito nacional tienen una buena trayectoria en Chile. El Colegio de Periodistas aprobó la Carta de Ética en 1963 y luego la renovó en 1968.³²⁷ Posteriormente, el Colegio aprobó el Código de Ética en su Congreso Nacional Extraordinario realizado el 26 de mayo de 1994, y lo modificó en agosto de 1999, en su IX Congreso Extraordinario

³²¹ Cfr. M^a. Mar López Talavera (1998): op. cit., p. 123.

³²² Cfr. Guillermo Sunkel (1994): op. cit., p. 165.

³²³ Realizado por una comisión de miembros del Colegio de Periodistas de junio de 1991 a enero de 1992 y publicado en http://www.colegiodeperiodistas.cl/documentos/informe_verdad_y_periodismo_1960_1990.doc, consulta: 2-7-07.

³²⁴ En 1973 fue detenido y tuvo que refugiarse en una embajada y huir del país, según él mismo relata en Hernán Uribe O. (1999): *La invisible mordaza. El mercado contra la prensa*. Santiago de Chile, Editorial Cuarto Propio, pp. 46 y 47.

³²⁵ *Ibíd.*

³²⁶ Op. cit., p. 45.

³²⁷ Cfr. “Informe de la Comisión Verdad y Periodismo: 1960-1990”, op. cit., s/p.

en Concepción, según las propuestas del Tribunal Nacional de Ética y Disciplina del Colegio (TRINED). Por el contrario, en los medios de comunicación son casi inexistentes los códigos o los manuales de estilo, compendios de normas éticas y de estilo.³²⁸

Chile es junto con Perú el único país latinoamericano que cuenta con un consejo de prensa. Se trata del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social, nacido en 1991. Surge por iniciativa de la Federación de Medios de Comunicación Social, que agrupa a las tres asociaciones de los medios: Asociación Nacional de la Prensa, Asociación de Radiodifusores de Chile (Archi) y la Asociación Nacional de Televisión (Anatel). Arturo Fontaine, uno de sus fundadores y primer presidente, afirma que el Consejo nació desde una apuesta decidida por la autorregulación, conscientes de que es el mejor mecanismo para reafirmar la libertad de los medios y para garantizar la ética de los mismos.³²⁹

El Consejo lo integra un presidente, cuatro miembros y un fiscal, que son periodistas, juristas y académicos. Actúan como árbitros antes una transgresión de los medios, bien por la queja de los particulares o de la institución afectada, bien por requerimiento del fiscal o del Consejo.³³⁰ La competencia del mecanismo es sobre los medios pertenecientes a la Federación, que constituyen al menos el 90% de los medios chilenos, y su objeto de análisis no son acciones individuales de periodistas, que ya son tratadas por el Tribunal de Ética del Colegio, sino el comportamiento de los medios, por lo que la responsabilidad y sanciones recaen en los editores y en los propietarios. La sanción es una amonestación en varios niveles: comunicación privada; comunicación publicada dentro de la Federación y publicación de la amonestación en las páginas del medio infractor. Pese a ello, la realidad es que casi nunca los medios afectados publican la amonestación, pero el Consejo publica en su página web el fallo y anualmente edita un informe en el que hace público los fallos del período.³³¹

Fontaine valora muy positivamente los logros obtenidos por el Consejo, que hasta el 2005 había dictado unas 120 resoluciones, con las cuales había desarrollado una rica

³²⁸ Cfr. Camilo Taufic (2005): *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios Fucatel, p. 3.

³²⁹ Cfr. Arturo Fontaine Aldunate (2005): "Ideas sobre Ética de la Información", en *Información Pública*, Vol. III, No. 1 (junio 2005), Santiago de Chile, Universidad Santo Tomás, pp. 34-35.

³³⁰ Cfr. C. Kuncar y A. Cúneo (s/f) en *El consejo de Medios y Ejercicio Periodístico: una propuesta novedosa*, Tesis de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Diego Portales (inédita), enviada por Abraham Santibáñez el 13 de agosto de 2007.

³³¹ Información proporcionada por Mario Urzúa, Profesor de Ética Periodística de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Concepción), en conversación personal el 10-9-07 en Bogotá y virtual realizada el 9-11-07.

jurisprudencia, que sirve como guía a los medios y es objeto de estudio en las universidades. Incluso el Parlamento y la Corte Suprema han acudido para algunos casos al Consejo de Ética. Lo curioso es que no ha elaborado un código de ética, huyendo de las “normas abstractas y rígidas” que estos a veces contienen, y analizan cada caso “según las normas de la equidad natural”, de lo cual van surgiendo una serie de principios aplicables en los siguientes casos.

Una debilidad del Consejo de Ética, y en general de los mecanismos de autorregulación de Chile, es el poco conocimiento entre el público que hay sobre ellos. Según Abraham Santibáñez, que ha sido miembro del Consejo y del TRINED, y que imparte Ética Periodística en la Universidad Diego Portales, no se difunden ni se incentivan suficientemente dichos mecanismos por lo que es muy poca la gente que hace uso de ellos.³³²

El segundo mecanismo de autocontrol es el Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED) del Colegio de Periodistas, que rige solo para los periodistas colegiados, lo cual significa un 10% de total.³³³ En cada colegio provincial existe el Tribunal Regional de Ética (TRED), encargado de tratar las transgresiones ética de los periodistas, denunciadas por particulares o instituciones afectadas, cuyos fallos pueden ser apelados al TRINED. Las sanciones contempladas por su reglamento van desde la amonestación hasta la expulsión de la orden (colegio).

Aunque la terminología utilizada y el Reglamento evocan al procedimiento y estilo jurídico, el Colegio tiene claro que el TRINED es un tribunal ético y que sus sanciones son exclusivamente de orden moral. Hay que mencionar que la existencia de este mecanismo demuestra la preocupación de los periodistas colegiados de mejorar el ejercicio de su profesión y así como su convicción de que el autocontrol no solo no restringe su libertad sino que les ayuda a desarrollarla plenamente.

Signo de que el TRINED y el Colegio están contribuyendo en alguna medida al desarrollo de la ética periodística es que en agosto de 2005 convocaron el Primer Encuentro de Profesores de Ética Periodística de las Universidades chilenas, al que acudieron 22 profesores de 17 universidades del país. En el acto se aprobó el documento “Carta a los formadores universitarios de periodistas” en el que recordaban la gran

³³² Cfr. C. Bersezio y F. Manosalva (2006): “Sistemas de autorregulación ética y propuesta aplicable a las radioemisoras chilenas” [tesis de licenciatura], Universidad Santo Tomás (Chile), inédita, p. 27.

³³³ *Ibídem*.

responsabilidad social que tienen hoy los medios y expresaban su apoyo a varias iniciativas: la necesidad de la autorregulación con la consiguiente formación ética que requiere; el estudio del Código de Ética del Colegio en las aulas universitarias, la importancia crucial de la asignatura de ética periodística para concienciar de la responsabilidad que tienen entre manos los comunicadores; y la creación de observatorios de medios y otros instrumentos en el Colegio y en las universidades, con la participación de la sociedad civil.³³⁴

En Chile no se ha desarrollado la figura del *ombudsman* en la prensa, aparte de las experiencias existentes en el desaparecido diario *La Época* y en *El Periodista*.³³⁵ En el primero la figura no prosperó porque no recibía quejas de los lectores, bien por desconocimiento, bien porque eran lectores muy identificados con la línea del periódico.³³⁶ No obstante, la radio Universidad de Chile es la primera emisora chilena en crear la figura del defensor del auditor (oyente), en marzo de 2006. Asimismo, la Asociación Chilena de Radiodifusores (Archi) tiene un código de ética desde 1995, en el que se contempla la organización de un Consejo de Ética, aunque en la práctica los casos los canalizan a través del Consejo de Ética de la Federación de Medios o a través del Consejo de Ética Publicitaria (CONAR).³³⁷

Otro dato interesante que habla de la tradición en autorregulación existente es que desde 1987 existe el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR) y el año antes la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad y la Asociación Nacional de Avisadores aprobaron el Código Chileno de Ética Publicitaria. El CONAR es un tribunal arbitral de honor y su actuación ha resultado muy positiva. Sus fallos y orientaciones son consideradas un aporte para la industria y los consumidores.³³⁸

Respecto de mecanismos alternativos como los observatorios, no están todavía muy desarrollados en Chile. En el informe de Bernardo Díaz Nosty ya citado solo consta el Observatorio de Medios de la ONG Fucatel, que tiene el objetivo de promover la reflexión y el debate sobre el papel de los medios en la sociedad y entre cuyos ejes temáticos se encuentra el Derecho a la Información y la Ética Periodística. Sus estrategias de

³³⁴ Información y documentación proporcionada por Abraham Santibáñez, miembro del TRINED, por vía electrónica el 13-8-07.

³³⁵ Información obtenida en el Consultorio de Ética de la Universidad Diego Portales (Chile), en <http://www.udp.cl/comunicacion/periodismo/consultorioetica/temas/autorregulacion.htm>, consulta: 25-4-08.

³³⁶ Cfr. C. Bersezio y F. Manosalva (2006): op. cit., p. 20.

³³⁷ Op. cit., p. 24.

³³⁸ Cfr. Pablo Jaeger (1997): "Publicidad y ética. La experiencia del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria -CONAR- de Chile", en Friedrich Ebert Stiftung (1997): op. cit., pp. 151 y ss.

monitoreos y encuestas de opinión se centran mucho en la televisión, y ha participado en el debate sobre la legislación de la televisión pública y hacen talleres continuos sobre la ley que rige al canal público. En realidad su acción se basa en hacer investigaciones que luego someten a discusión en el seno de los medios, por lo que la participación ciudadana no es el objetivo principal y se limita a la participación en foros y a un seminario anual.

Algo relevante es que el Observatorio de Fucatel es miembro de la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios, conformada en Lima el 17 de julio de 2007, lo cual nos parece que es un paso importante para fortalecer las acciones que realiza en Chile y para consolidar los observatorios como un medio cada vez más eficaz para exigir responsabilidad ética a los medios de comunicación.

Un fenómeno que se está dando en Chile durante los últimos años es el del periodismo ciudadano, que, según Gumersindo Lafuente, director del periódico ciudadano “soitu.es”, es una combinación de periodismo tradicional con la participación de los lectores, y que intenta generar espacios de aprendizaje entre todos, seleccionando las mejores historias.³³⁹ Y todo ello con el soporte y los lenguajes de las tecnologías web 2.0: wikis, blogs, youtube, etc... De 60 periódicos, diez son de Chile, siendo el país latinoamericano con más periódicos por delante de Argentina (3), Perú (2) y Bolivia (1).³⁴⁰ Esto evidencia que hay cada vez una mayor necesidad y posibilidades tecnológicas para la participación y que los medios tradicionales tienen que estar acordes con esta realidad de los nuevos usuarios.

³³⁹ Información obtenida en <http://periodismociudadano.com/index.php?tag=periodismo-ciudadano>, consulta: 27-4-08.

³⁴⁰ *Ibídem*.

Capítulo IV

ANÁLISIS EVOLUTIVO Y COMPARADO DE LOS CÓDIGOS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE CINCO PAÍSES ANDINOS

IV.1. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PAÍSES Y CÓDIGOS.

IV.1.1. Criterios de selección de países.

La selección de los cinco países que constituyen objeto de nuestra investigación (Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile) la hemos realizado atendiendo a tres criterios:

1. Pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones.
2. Disponer de alguna trayectoria histórica en códigos deontológicos.
3. Haber elaborado algún código en el período 1990-2007.

IV.1.1.1. Pertenencia a la Comunidad Andina de Naciones.

Colombia, Ecuador, Chile, Perú y Bolivia constituyeron la Comunidad Andina de Naciones (CAN) el 26 de mayo de 1969, a través de la firma del Acuerdo de Cartagena por el cual se conformó lo que se llamó en ese momento el Pacto Andino,¹ al que se adhirió Venezuela el 13 de febrero de 1973. Chile estuvo un largo período fuera de la CAN, pues en octubre de 1976 se retira del mismo, pero se reintegra como miembro asociado en septiembre de 2006. Por su parte, Venezuela se retiró de la CAN en abril de 2006, a pesar de lo cual, a efectos de esta investigación, la seguimos contemplando porque la coyuntura política no elimina su naturaleza de país andino.

IV.1.1.2. Desarrollo de su Deontología.

Aparte del criterio geográfico y sociocultural de la pertenencia a la región andina, otro aspecto determinante que hemos utilizado ha sido el desarrollo deontológico de estos países. Curiosamente, de la agrupación de países que realiza Niceto Blázquez por similitudes de tipo histórico y sociopolítico,² los países andinos son los de mayor tradición de códigos, exceptuando el caso de Bolivia.

Del primer bloque de países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile y Uruguay), caracterizados por la alternancia entre democracia y dictadura, Argentina, pese a ser una de las naciones pioneras en deontología periodística gracias al Credo del Periodista Técnico de 1952³, no ha dispuesto de un código nacional hasta 2006. El 25 de noviembre de 2006

¹ Información obtenida en el sitio web oficial de la Comunidad Andina de Naciones: <http://www.comunidadandina.org/>, consulta: 1-6-2007.

² Niceto Blázquez Fernández (1994): “Ética periodística en Iberoamérica”, en *Studium*, nº 34, fascículo 3, p. 405.

³ Op. cit, p. 346.

el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) aprobó su Código de Ética⁴ en el Primer Congreso Nacional de Ética Periodística, celebrado en Buenos Aires. Asimismo, desde 1997 disponen de código los importantes diarios Clarín y *La Nación*.⁵ El caso argentino es bastante *sui generis* porque, en la práctica, no ha concedido importancia a los códigos periodísticos y el debate sobre el tema es bastante reciente. Según Trotti⁶, existen dos posturas al respecto: la de los que apoyan los códigos como formas de frenar y penalizar las acciones irresponsables de los periodistas y la de los que rechazan los códigos por considerarlos armas peligrosas contra la libertad de expresión y el bien común, siendo esta última la postura predominante. Un caso similar lo encontramos en España, cuando siendo Luis Apostua Presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa Española (FAPE) y Federico Carlos Sáinz de Robles el jurista encargado de hacer un código de ética para los periodistas españoles, una vez extendida esta noticia los periodistas de todos los grandes medios de comunicación social del país lanzaron su voz en contra manifestando que el mejor código de ética periodística es el que no existe y que coartaría, de alguna manera, la libertad de expresión, que es la mayor arma defensiva de los periodistas. Esgrimían, dichos opositores al código de la FAPE, que los periodistas son los únicos profesionales encargados de llevar al público la verdad, la objetividad y la exactitud de la información, en virtud del derecho natural que éste tiene a conocerla. No obstante, después de que el Colegio de Periodistas de Cataluña aprobase su código ético el 1 de noviembre de 1992, la FAPE secundó la iniciativa adoptando el suyo el 27 de noviembre de 1993, adecuándose a la sensibilidad que resurgía en aquellos momentos en torno a las exigencias de responsabilidad y autorregulación de los medios.⁷

Por su parte, Bolivia tiene una deontología escasa y muy reciente, pues su primer código nacional data de 1991 (Código de Ética de la Federación de Trabajadores de la Prensa (FTPB)). Posteriormente, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia realizó

⁴ Publicado en la página de la International Journalists' Network:

<http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=304118&LID=2>, consulta: 1-1-08.

⁵ M^a. del Mar López Talavera (1998): "Fundamentos éticos de la prensa en América Latina" [tesis doctoral], Universidad Complutense de Madrid, inédita, p. 222.

⁶ Ricardo E. Trotti (1993): *Dolorosa libertad de prensa: en busca de la ética perdida*; Buenos Aires, Atlántida, pp. 26-28.

⁷ Cfr. H. Aznar (2005): *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel, p. 43. (2^a. ed.)

un código en 1993 y de igual modo la filial de La Paz de dicha asociación⁸, pero no se llegó a difundir ni a aplicar. El vigente lo acaban de aprobar en septiembre de 2007.⁹

En peor lugar está Uruguay, que hasta la actualidad no cuenta con ningún código o documento deontológico¹⁰. Respecto a Brasil, por su dimensión y sus peculiaridades propias es un país que merece una investigación en exclusiva.

Nos queda, por lo tanto, Chile, donde el Colegio de Periodistas, nacido en 1956, elaboró su primer código en 1963 (Carta de Ética), actualizado en 1968, y posteriormente adoptaría el Código de Ética en 1994, modificado en 1999.

De los países del segundo bloque (Cuba, Perú, Nicaragua y Paraguay), con regímenes autoritarios muy largos, destaca negativamente Cuba ya que desde 1959 continúa un gobierno autoritario que no permite la libertad de expresión. Cuba fue uno de los países pioneros en deontología periodística pues en 1948 el Colegio de Periodistas aprobó el Código de Moral Profesional. Posteriormente, en 1978, la Unión de Periodistas de Cuba elaboró otro Código de Ética, lógicamente acorde con las políticas del régimen castrista, y en el que era obvio el contraste entre lo que decía defender dicho código y la realidad del periodismo cubano. Este código fue actualizado en 1994.

En cuanto a los otros dos países, Nicaragua no posee ningún código ético en toda su historia y Paraguay ha adoptado recientemente, el 14 de mayo de 2007, el Código de Ética del Sindicato de Periodistas del Paraguay, aprobado por la Asamblea General de dicha organización. El mentor del texto fue el Profesor Porfirio Barroso y fue resultado de un seminario de trabajo con el Sindicato en abril de 1998.¹¹

Perú, por su parte, tiene una rica tradición deontológica desde 1950, fecha del primer código, hasta 2001, cuando se aprueba el último. Cuenta con seis códigos éticos nacionales elaborados por la Federación de Periodistas del Perú, el Colegio de Periodistas del Perú, la Asociación Nacional de Periodistas y el Consejo de la Prensa Peruana.

⁸ Cfr. Lupe Cajías (1997): “Autorregulación, código de ética y ley de imprenta”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*, Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, p. 165.

⁹ Cfr. Juan Manuel Ijurko, profesor de la Escuela de Comunicación Audiovisual Diakonia, de la Universidad Católica Boliviana, en conversación mantenida los días 5, 6 y 10 de diciembre de 2007.

¹⁰ A la consulta realizada vía electrónica a la Asociación de la Prensa Uruguaya el 18 de mayo de 2006, su Secretario, Horacio Knaeber, nos respondió: “Nuestro país no posee códigos de ética. Es un tema sobre el cual se han realizado y aún se continúan realizando grandes debates siendo que hasta la fecha no se ha llegado a un consenso sobre el mismo”.

¹¹ Según información de Porfirio Barroso.

Del tercer bloque (Venezuela, Colombia y Costa Rica), donde ha habido más períodos de libertad de expresión, Costa Rica pertenece a una realidad geopolítica y cultural que merece estudio aparte. Hay que decir que Costa Rica se desmarca del conjunto de Centroamérica, región con escasa e incipiente trayectoria deontológica, con países que hasta el momento no tienen ningún código, como Honduras y Nicaragua, o su deontología es muy reciente, como El Salvador (1999) y Guatemala (2000). Ciertamente, se exceptúan de esta tónica Panamá, cuyo código data de 1979 y fue actualizado en la década de los 80's, y Costa Rica, cuyo Colegio de Periodistas elaboró en 1973 el Código de Ética del Periodista Costarricense¹², actualizado posteriormente en 1991¹³ y en 2003¹⁴.

Cabe destacar como códigos supranacionales de esa región el Código Centroamericano de Moral Periodística, aprobado en el 2º Congreso Centroamericano de Periodistas en diciembre de 1951, en San Salvador, que tuvo un sentido regionalista muy acentuado y que propuso la posterior reglamentación de Tribunales de Honor regionales y de un Supremo Tribunal de Honor. Otro documento centroamericano es la Declaración de Principios del Periodismo Centroamericano, aprobado por el Centro Latinoamericano de Periodismo en 1993, organización dependiente del Programa Latinoamericano de Periodismo, auspiciado por la Universidad Internacional de la Florida (USA).

Debido a las peculiaridades de esta región y a las mencionadas características de la ética periodística de la misma, creemos que los códigos centroamericanos merecerían un estudio pormenorizado y comparativo entre todos los países de la zona.

Venezuela es otro país que cuenta con varios códigos éticos nacionales, un total de cinco, desde el Modelo de Ética de 1959, elaborado por la Asociación Venezolana de Periodistas, hasta el Código de Ética del Periodista Venezolano de 1997, del Colegio Nacional de Periodistas, que es la última versión. Por su parte, Colombia tiene una deontología más tardía, pues el primer código data de 1970, que es el Código de Ética del Círculo de Periodistas de Antioquia, pero elaboró tres códigos más, el último en 2006, que es la actualización del Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá.

Otro país que excluimos de nuestro estudio es México, que constituye un caso peculiar pues la prensa vivió durante casi todo el siglo XX (1929-2000) en un régimen, aparentemente democrático, de un partido político único (PRI). La alternancia no se dio

¹² Porfirio Barroso Asenjo (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, radio, televisión, publicidad y relaciones públicas*. Madrid, Ediciones Paulinas, p. 68.

¹³ Ernesto Villanueva (1999), op. cit., p. 132.

¹⁴ www.ijnet.org (2006)

hasta el 2000, en que resultó elegido Vicente Fox, del Partido Acción Nacional. A lo largo de todo esos años se sucedieron gobiernos que siempre ejercieron control, de una u otra manera, sobre la prensa. Aparte del contexto político, lo cierto es que en México no ha habido un debate y desarrollo relevante de la deontología periodística. El primer código: el Código de Ética del Periodista, fue aprobado en 1968 por el Sindicato Nacional de Redactores de Prensa. Se trataba de un decálogo en el que se acusaban ausencias importantes como la condena del soborno, la difamación y la calumnia, o de principios relativos a la democracia y a los derechos humanos, y en el que se creaba una Comisión de Honor y de Justicia. Este código tenía imprecisiones y ambigüedades, acordes con la singular democracia mexicana.

El código mexicano fue parcialmente modificado en 1975, pues se mantuvo prácticamente el mismo texto de 1968 y solo se le añadió un preámbulo. Al ser una declaración de diez principios en la que se exponían los compromisos de servicio y responsabilidad social pero sin especificar reglas o normas concretas para el ejercicio profesional, no podemos considerar dicho documento propiamente como un código. Es evidente la escasa producción deontológica en México, donde la necesidad de contar con principios morales profesionales solo empezó a considerarse seriamente en los recientes años 90. El hecho es que desde 1975 hasta la actualidad no ha surgido ningún código ético nacional, aparte de meritorias iniciativas privadas de algunos medios, organizaciones y universidades¹⁵, y de algunos proyectos de códigos elaborados por prestigiosos periodistas y profesores mexicanos. Entre ellos se encuentra el investigador de la UNAM, Raúl Trejo Delarbre, para quien el código de 1968 nunca tuvo relevancia y el sindicato de redactores “prácticamente desapareció y perdió la escasa presencia social que tenía”. Según Trejo, en México prevalece la idea de que sea cada medio el que adopte su propio código y no de que haya uno válido para todos, lo que podría sonar a imposición legal.¹⁶

Por último, incluimos en nuestra selección a Ecuador, país que el Profesor Blázquez no contempla en su clasificación, y que para muchos expertos¹⁷ es un caso excepcional en ética periodística, pues a lo largo del siglo XX los distintos gobiernos, inclusive los dictatoriales, han respetado a los medios de comunicación. Es un hecho que el ejercicio de

¹⁵ Código de Ética Periodística de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México (1996), Protocolo ético de comunicación y ayuda mutua entre organizaciones sociales y periodistas (1995) y los códigos éticos de los diarios *El Universal*, *El Economista* y del semanario *Proceso* (1998).

¹⁶ Información proporcionada en conversación electrónica mantenida el 7 y 8 de agosto de 2006.

¹⁷ M^a. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral], Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita, p. 52.

la libertad de expresión ha experimentado un avance progresivo, especialmente a partir de agosto de 1979, en que se instaura de nuevo la democracia y la prensa se renueva tecnológicamente, y con la aparición de nuevas publicaciones. Por otro lado, dado que la presente investigación se está realizando desde Ecuador, consideramos oportuno y obligado estudiar la ética periodística de este país, que es además la sede del Centro Internacional de Estudios de Comunicación para América Latina (CIESPAL), editora de la revista de comunicación *Chasqui*, y que ha acogido numerosos e importantes encuentros y foros latinoamericanos sobre comunicación.

IV.1.2. Criterios de selección de códigos.

Para que puedan ser textos comparables, consideramos necesario que los códigos reúnan tres requisitos: referirse al campo periodístico o informativo, ser de ámbito nacional y proceder de una organización profesional.

En cuanto al primer requisito, la presente investigación se enmarca en el campo de la ética y deontología informativa-periodística, con lo cual quedan fuera de nuestro estudio aquellos códigos y mecanismos de autocontrol referidos a otros ámbitos de la comunicación como la publicidad, las relaciones públicas o el cine. Asimismo, no son objeto de nuestro estudio aquellos códigos o mecanismos de autocontrol dirigidos a un medio de comunicación específico, como los códigos específicos para la televisión, para la radio o para el Internet, cuyos objetivos van más allá de lo periodístico y abarcan una variada gama de contenidos y funciones comunicativas.

Respecto al segundo requisito, dado que nuestra investigación pretende analizar cómo ha evolucionado el tratamiento de la libertad y responsabilidad de la prensa en los códigos de cinco países andinos y luego hacer una comparación entre países, es importante que esos códigos sean de ámbito nacional, y no regional o local.

En tercer lugar, las organizaciones nacionales de periodistas, en las variadas formas que adoptan, como colegios, asociaciones o uniones, agrupan a las organizaciones regionales o locales del país, por lo que tienen el mérito de representar a todos los periodistas del mismo.

Pero la fuerza de estos organismos radica en un aspecto más importante y es que la redacción y aprobación de un código lo realizan mediante acuerdos corporativos o grupales lo cual les convierte (a dichos organismos) en verdaderas fuentes convencionales y

jurídicas de estas normas peculiares como son las deontológicas.¹⁸ A ello se añade que los organismos profesionales, previamente a la aprobación de un código, suelen estar regulados legal, estatutaria o convencionalmente. Todo ello es lo que le lleva a afirmar a José M^a. Desantes que las normas éticas procedentes de estas organizaciones comienzan a ser jurídicas por el acto mismo de su nacimiento.

Además, los códigos éticos emanados de estos organismos no solo tienen la fuerza convencional que les confiere ser fruto de organizaciones legalmente constituidas que actúan por acuerdo corporativo, sino su decidida intención de ser eficaces, a través de mecanismos para exigir su cumplimiento e incluso de la tipificación de sanciones, que por no estar en el ámbito del derecho deben ser estrictamente morales.

IV.2. METODOLOGÍA Y CRITERIOS DE ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LOS CÓDIGOS.

IV.2.1. Metodología de análisis.

Como ya hemos mencionado en el apartado I.5.2. sobre la metodología de la investigación, vamos a proceder a analizar el contenido de los códigos haciendo un resumen interpretativo y descomponiendo y concretando en criterios y subcriterios el enfoque teórico de la tesis, el del derecho a la información y el autocontrol como forma de conjugar la libertad y la responsabilidad de la prensa, perspectiva a la que también nos referiremos como la de la responsabilidad y el autocontrol.

En nuestro análisis identificaremos la presencia o no, y en qué grado, de los aspectos relativos a nuestra perspectiva teórica. Para ello, no nos atendremos solo a la letra de los códigos, es decir, a las menciones literales o casi literales de los criterios en que se concreta el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol, lo cual sería muy restrictivo, sino que haremos una interpretación del espíritu que reflejan los artículos y veremos si recogen explícita o implícitamente dichos criterios.

De acuerdo a esto, será para nosotros muy importante no sólo el número de referencias que un código haga sobre un determinado criterio, que sería el aspecto cuantitativo de nuestro análisis, sino el modo y matices de esta referencia, expresado en los distintos subcriterios que especificaremos, lo cual añade una riqueza ética difícil de observar si solo

¹⁸ Cfr. José M^a. Desantes Guanter (1984): en el Prólogo a Barroso, P. (1984): *Códigos Deontológicos de los medios de comunicación*, Madrid, Ed. Paulinas/Verbo Divino, p. 11.

tuviéramos en cuenta un criterio cuantitativo del número de referencias encontradas en cada código.

De acuerdo a esto, y con el objetivo de profundizar en lo que expresan los códigos más allá de su literalidad, iremos sacando unas conclusiones acerca del aporte de los distintos códigos en la defensa de la responsabilidad, del derecho a la información y del autocontrol, desde un punto de vista histórico y diacrónico, viendo la evolución de los conceptos a través de los textos y en sus distintas fechas de aparición, y comparativamente y sincrónicamente, identificando qué códigos son más ricos en dichas perspectivas e intentando explicar por qué.

Hay que tomar en cuenta que los códigos aparecen en contextos históricos determinados y, si hablamos de Latinoamérica, en coyunturas políticas muy condicionantes como son las dictaduras militares de todo signo, guerrillas, terrorismo, narcotráfico, todo lo cual hace que los procesos democráticos sean muy inestables, y que las amenazas contra la libertad de expresión y contra los periodistas sean constantes. Indudablemente, estas circunstancias están presentes en los códigos por lo que éstos deben ser analizados y comprendidos desde dichas realidades.

IV.2.2. Criterios de análisis.

Para hacer este resumen interpretativo tendremos en cuenta los cuatro ejes en que se estructuran los códigos según Daniel Cornu,¹⁹ que son: la misión de la prensa, la libertad de información como condición, la verdad como deber y el respeto de la persona humana como límite. Según este autor, todos los códigos deontológicos contienen estos cuatro elementos que, dependiendo del enfoque, expresan una determinada forma de concebir la profesión periodística y la información, y que nos servirán de criterios de análisis. En los siguientes apartados proponemos el sentido que deberían tener estos cuatro criterios, según la perspectiva de la responsabilidad y el autocontrol planteada en el capítulo II.

Añadiremos un quinto criterio de análisis referido a los mecanismos de autocontrol. En coherencia con la perspectiva defendida en nuestra investigación, la existencia de alguna forma de aplicar y tutelar el cumplimiento de los códigos así como de establecer las sanciones morales correspondientes es, a nuestro juicio, una evidencia clara de que dichos códigos asumen el enfoque de la responsabilidad como autocontrol.

¹⁹ Daniel Cornu (1994): *Journalisme et Vérité*, Genève, Labor et Fides, pp. 65 y ss.

IV.2.1.1. Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información.

La misión o razón de ser del periodismo es satisfacer el derecho universal y fundamental del público a la información y a la libertad de expresión, lo cual se constituye en fundamento de todos los deberes y derechos de los periodistas, como reza el preámbulo de la Carta de Munich. Es este derecho de las personas lo que legitima la actividad del periodista, del mismo modo como el cuidado de la salud o el mantenimiento del estado de derecho es lo que legitima y fundamenta la institucionalidad y pertinencia de las profesiones del médico y del abogado, respectivamente.

Solo en la medida en que los periodistas asuman y vivan con esta consciencia de servicio podrán reclamar con todo derecho la libertad de expresión y de información, así como la libertad de prensa. Asimismo, a la hora de exigirles responsabilidades a los periodistas, éstos frente a quienes primero están obligados a responder es ante el público.

Reconocer que la misión intrínseca de la prensa es el deber de informar al público tiene dos consecuencias, una para el individuo y otra para la sociedad. La primera, que la finalidad de la información es el público. La segunda, reconocer la función política de la prensa en una sociedad democrática y por tanto el valor social de la información, en contra de toda visión mercantilista²⁰.

Los presupuestos de los que partimos, ya analizados en el capítulo II, está reflejados en numerosos textos, de entre los cuales destacamos:

- En el art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

A partir de 1948, la libertad informativa la podemos concebir como el modo libre de ejercer el derecho a la información y el deber que le acompaña. El derecho a la información es el fundamento de la libertad de expresión.

- Preámbulo de la Declaración de Munich²¹: “De este derecho del público a conocer los hechos y las opiniones procede el conjunto de los deberes y derechos de los periodistas. La responsabilidad de los periodistas frente al público se antepone a

²⁰ Cfr. D. Cornu (1994), op. cit., pp. 67-68.

²¹ Aprobada el 25 noviembre de 1971.

cualquier otra responsabilidad, en particular frente a los empleadores y los poderes públicos”.

- Código de la UNESCO²²: Art. 2. “La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica (...)”.
- Art. 7 CEDP²³: “los derechos que poseen (los medios) en relación con la libertad de información están en función de los destinatarios que son los ciudadanos”.
- Art. 8 CEDP: “La información constituye un derecho fundamental reconocido como tal por el Convenio europeo de los derechos humanos y las Constituciones democráticas, cuyo sujeto o titular son los ciudadanos (...)”.
- Art. 21 CEDP: “(...) su legitimidad (del periodismo) radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos.”

En conclusión, hay que desplazar el eje puesto hasta ahora en el periodista y en la libertad de expresión, entendida como privilegio, para situarlo en el público y en el derecho universal a la información.

IV.2.1.2. Criterio 2: La condición para servir al derecho a la información es la libertad.

La condición para el cumplimiento del derecho universal a la información es la libertad, como espacio necesario para la verdad. Sin libertad es ilusorio pensar que emerja la verdad o, dicho en términos negativos, que se desenmascare el engaño y la mentira. Ahora bien, ya hemos visto en el cap. II, que la libertad de expresión no es un abstracto ni un absoluto sino una libertad positiva, pues partiendo de un derecho universal a la información adquiere sentido en la realización de este derecho.

La libertad de expresión e información del periodista y de los medios de comunicación se cumple en dos niveles fundamentalmente:

1. El primer nivel, externo al medio de comunicación, lo constituyen las condiciones básicas de libertad existentes en una sociedad, garantizadas por la constitución y las leyes, es decir, un marco jurídico que proteja la libertad de los ciudadanos.
2. El segundo nivel, el del propio medio de comunicación, lo constituyen las condiciones de independencia y dignidad en que se encuentra el periodista dentro de la empresa, que le permitan trabajar con libertad y en una situación laboral digna. En este sentido, las presiones de tipo político y económico, desde dentro de la empresa y desde fuera,

²² París, 20 de noviembre de 1983.

²³ Código Europeo de Deontología del Periodismo, aprobado por el Consejo de Europa el 1 de julio de 1993.

constituyen actualmente una amenaza contra la libertad más grave que la censura estatal.

Este segundo ámbito se concreta en la garantía de una serie de derechos del periodista: por un lado, la cláusula de conciencia, el secreto profesional, el acceso a las fuentes; por otro, un salario y condiciones laborales dignas.

La cláusula de conciencia protege al periodista de los posibles choques entre sus convicciones y la línea editorial del periódico.

Es por ello que los periodistas tienen que ser los primeros defensores de la libertad, pues, aunque les pertenece a todos, los periodistas la ejercen en nombre de la sociedad. La sociedad les legitima para que sean los guardianes de la misma, como una garantía del derecho a la información.

Los presupuestos deontológicos de los que partimos son:

- “la libertad adquiere la legitimidad, la fuerza y el carácter natural del derecho a la información”²⁴. La libertad de expresión e información, consagrada y constitucionalizada como derecho a la información en 1948, es una libertad positiva o “libertad para”, pues adquiere su sentido en la realización de este derecho universal.
- Art. 2 Código FIP (1986): “Conforme a este deber (respetar la verdad y el derecho del público a conocerla) el periodista defenderá, en todo momento, el doble principio de la libertad de investigar y de publicar honestamente la información...”.
- Art. 2 Declaración de Munich (1971): “Defender la libertad de información, de comentario y de crítica”.
- Preámbulo Declaración de Munich: “Pero estos deberes no pueden ser efectivamente respetados en el ejercicio de la profesión del periodista más que si las condiciones concretas de independencia y de dignidad profesional son realizadas”.

La libertad es el campo de los derechos del periodista, entre ellos el libre acceso a las fuentes y el derecho de investigar sobre todos los hechos de interés público.

- La Declaración de la Unesco sobre los medios (principio IV) expresa que el respeto a las convicciones del periodista y a la participación de éste en las decisiones de la empresa forman parte de la integridad del periodista.

²⁴ Carlos Soria (1991a) “Derecho a la Información”, en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, pp. 344.

- Hay que garantizar la libertad de información y la independencia de los periodistas dentro de los propios medios con la cláusula de conciencia y el secreto profesional, estatutos de redacción, considerando que el legítimo respeto a la orientación ideológica del medio y a la libertad de empresa tiene los límites antes mencionados. (art. 14 CEDP)
- El periodista no puede someterse a presiones externas de los poderes políticos, económicos y judiciales.
- Las dignas condiciones laborales influyen en la independencia y clima de libertad del periodista. (art. 28 CEDP) Como una de las lecciones que aparece en todas las deontologías de ética periodística cual es el derecho del periodista a un salario digno y justo como cualquier profesional.

IV.2.1.3. Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad.

El deber fundamental del periodista es decir la verdad, que es el valor central de la información. La verdad en la información no es algo deseable o conveniente, sino que constituye el elemento constitutivo del mensaje, forma parte de la definición de información y noticia. En este sentido, podríamos decir que derecho a la información y derecho a la verdad se identifican.

Por ello, no solo hay que afirmar que la libertad de expresión está ordenada al derecho a la información del público sino a satisfacer su necesidad de verdad. Hay una razón antropológica: la persona tiene el derecho y la necesidad de conocer la verdad de su realidad, de su mundo, de no vivir en el engaño o en la falsedad. No hay emancipación ni libertad de la persona sin verdad.

Hay otras razones de orden político y social: el conocimiento de la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y para el desarrollo democrático.

Cornu afirma que el deber de rectificación está estrechamente ligado a la exigencia de una información verdadera: (el deber de rectificar) “es un corolario del respeto a la verdad y en la práctica su condición principal”.²⁵

El colombiano Javier Darío Restrepo afirma con énfasis que “ser periodista es ser un profesional de la verdad, por entero consagrado al servicio de la verdad”, debido al derecho ciudadano de estar diariamente informado, verdadero fundamento de la democracia.²⁶

²⁵ Cfr. D. Cornu (1994): op. cit., p. 102.

²⁶ Cfr. Javier Darío Restrepo (1988): “El código de ética y responsabilidad. El retrato del periodista ideal”, en *Gaceta* (revista del Círculo de Periodistas de Bogotá), Año XI, No. 49 (oct-nov 88), pp. 5-6.

La primacía de este deber del periodista se evidencia en muchos textos deontológicos en los que constituye el primer artículo o tiene un lugar preferencial, como en los siguientes:

- Art. 1 Declaración de Munich (1971): “Respetar la verdad sean cuales sean las consecuencias para él (periodista), y esto en razón del derecho que el público tiene de conocer la verdad”.
- Art. 1 Código FIP (1986): “Respetar la verdad y el derecho que el público tiene de conocerla constituye el deber primordial del periodista”.
- Principio I Código UNESCO (1983) El derecho del pueblo a una información verdadera. El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa (...).
- Art. 2 Código FAPE: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad.”
- Declaración de Munich: “Rectificar toda información publicada que se revele inexacta”. El respeto de la verdad pasa por el deber de rectificación.

IV.2.1.4. Criterio 4: El límite es el respeto a la dignidad de la persona.

Los límites a la libertad de información que reivindica el periodista en su ejercicio profesional provienen todos de la dignidad de la persona humana. Como ya dijimos en el criterio 2, la libertad está al servicio de un derecho humano a la información, el cual a su vez se asienta en la dignidad del ser humano. Dicho de otro modo, es de la dignidad humana de donde brota el derecho a la información y a la verdad de la persona.²⁷

En este mismo sentido se expresa Teodoro González Ballesteros cuando afirma que “el ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico que tiene la información”.²⁸ Por tanto, la defensa de la misma persona humana se constituye en la justa medida de la libertad de información.

Para Cornu, en este punto se trata de la responsabilidad que debe tener el periodista, ya no solo ante su conciencia y ante sus colegas, sino ante el otro, ante cada persona concreta que conforma la audiencia. Este sentido de alteridad le enfrenta necesariamente con el peligro continuo de atentar contra el honor y la vida privada de las personas, aspectos

²⁷ Cfr. José-Román Flecha (1995): “Ética cristiana, medios de comunicación y responsabilidad del periodista”, en E. Bonete (coord.): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos, p. 87.

²⁸ Teodoro González Ballesteros (2002): “El Derecho del ciudadano a la información veraz”, en AAVV: *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*, Madrid, Consejo Social de la UCM, p. 33.

principales en todo código deontológico.²⁹ La centralidad de la dignidad de la persona humana en labor periodística la expresa también el Magisterio de la Iglesia al afirmar que “la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social”.³⁰

Este criterio queda explicitado en varios códigos éticos:

- Preámbulo de la Declaración de Munich: “La responsabilidad de los periodistas frente al público prima sobre cualquier otra responsabilidad....”
- Art. 16 Código Europeo de Deontología Periodística (CEDP) “El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales, no como masas.”
- Art. 1 CEDP: (...) “los medios de comunicación asumen, en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos”
- Todos los códigos mencionan la protección del honor, la intimidad, vida privada, propia imagen, protección de la infancia y juventud, presunción de inocencia, etc., como límites de la libertad de información.

IV.2.1.5. Criterio 5: La garantía del autocontrol: mecanismos que lo tutelen.

Núñez Encabo, redactor del Código Europeo de Deontología Periodística de 1993, afirma en dicho texto que no se puede hablar de deontología si no existen, además de códigos, algún mecanismo y sanción que exijan su cumplimiento³¹. Los organismos de autocontrol son, por tanto, los que garantizan y tutelan la observancia estricta de los principios éticos expresados en los códigos y los encargados de aplicar las sanciones morales correspondientes, sin las cuales dichos mecanismos carecerían de toda efectividad.

Ya hemos visto que los mecanismos de autocontrol pueden ser de varios tipos: escritos, como son los códigos, manuales de estilo y estatutos de redacción; grupales, como son los consejos de prensa, tribunales de ética o de honor; e individuales, como es el

²⁹ Cfr. D. Cornu (1994), op. cit., p. 110.

³⁰ Cfr. Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales (2000): *Ética en las comunicaciones sociales*. En: *Ecclesia*, nn. 3001-2, 17 y 14 de junio de 2000, pp. 1000-1010 (40-50), citado por Mario Urzúa (2005): *Periodismo y Ética: Temas actuales*. Santiago (Chile), Centro de Estudios Bicentenario, pp. 121-122.

³¹ Cfr. M. N. Encabo (1995), p. 262.

defensor del lector o de la audiencia. José Parra recuerda que estas dos últimas formas han ido en paralelo a la aprobación de los códigos.³²

El texto más explícito en cuanto a la exigencia de mecanismos de autocontrol es el Código Europeo de Núñez Encabo:

- Art. 37: “Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la Universidad y de los jueces, que emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones.”

El Código de la FIP (1986) contempla de modo indirecto la existencia de algún órgano periodístico autorregulador:

- Art. 9: “Todo periodista digno de ese nombre siente como deber observar estrictamente los principios enunciados más arriba. Reconociendo el derecho conocido de cada país, el periodista no aceptará, en materia profesional, más que la jurisdicción de sus pares, excluyendo toda intromisión gubernamental o de otro tipo.”

En esta alusión a la jurisdicción de sus pares, recogida de la Declaración de Munich de 1971, queda implícita la aceptación de algún organismo profesional encargado de tutelar el correcto desempeño de los medios. Hay que recordar que el proyecto de Código de Honor de la ONU, de 1952, también mencionaba el autocontrol en su artículo V.³³

Por su parte, el *Pressekodex* alemán, actualizado en 1990, es en sí mismo una afirmación de la necesidad de autocontrol puesto que es fruto del Consejo de Prensa alemán, y expresa además:

- Art. 16: Conviene que las sanciones públicamente pronunciadas por el Consejo de Prensa sean reproducidas de manera leal, particularmente por los órganos de prensa concernientes.

El Código de Práctica de la Comisión de Quejas británica (1991) expresa muy claramente la necesidad de autocontrol:

³² Según José Parra (2006): “Los códigos deontológicos y la Ética Periodística”, Lección 35 de sus apuntes inéditos para la materia Ética y Deontología Profesional, impartida en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

³³ Cfr. J. M. Desantes (1973): op. cit., p. 160.

- Preámbulo: ... “el código es, por tanto, concebido para ser aceptado en el contexto de un sistema de autocontrol. Se aplica tanto en el espíritu como en la letra”.

Por otro lado, el autocontrol está muy vinculado con el derecho de rectificación³⁴ que reconoce el derecho de toda persona, física o jurídica, afectada por una información inexacta a acceder, de manera rápida y sencilla, al medio que la difundió y exigir que éste inserte en sus páginas o en su programación la respuesta que salvaguarde su integridad.³⁵ Hay que distinguir entre corrección de errores, que es la obligación de un medio de corregir las inexactitudes involuntarias que haya producido, lo que se conoce como “fe de erratas”; el derecho de réplica o respuesta que es el derecho de las personas físicas a emitir un reclamo, en las mismas condiciones de la ofensa, y el derecho de rectificación, que es para las personas jurídicas. Muchos de los mecanismos de autocontrol, como consejos de prensa y tribunales de honor o de ética, contemplan como sanción que el diario infractor, o el medio de que se trate, publique en sus páginas tanto el reconocimiento de un determinado error como, si es del caso, la resolución reprobatoria emitida por dicho organismo. De este modo, la rectificación pública es consecuencia y concreción del autocontrol. Por tanto, los mecanismos de autocontrol se convierten en aliados y promotores del ejercicio de este derecho.

Es por esto, que en este criterio incluimos como una posible formulación del mismo la defensa del derecho de rectificación.

IV.2.3. Formulación de los criterios en los códigos.

En el estudio de los códigos analizaremos en qué medida éstos recogen los cinco criterios, tanto de modo explícito como implícito. Para ello nos valdremos de las siguientes formulaciones de cada criterio, extraídas de formulaciones que se repiten en varios códigos o elaboradas a partir de los contenidos esenciales de cada criterio:

Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información.

- 1A El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho universal del público a la información.
- 1B La libertad de expresión y de información es una libertad fundamental porque está al servicio del derecho a la información.

³⁴ En España contemplado por la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación, publicada en el BOE, num. 74, de 27-3-84.

³⁵ Cfr. Porfirio Barroso y Ma. del Mar López (1998): *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Fragua, pp. 226-229.

- 1C El derecho a la información es clave para el desarrollo de la persona y para una sociedad democrática.
- 1D Del derecho a la información del público se desprenden todos los derechos y deberes de los periodistas. El DI es el que legitima la libertad de expresión e información.
- 1E La información es un derecho fundamental y su titular es la persona humana.
- 1F El derecho a la información implica la facultad de investigar (libre acceso a la información), difundir (libertad de información) y de recibir (obligación de asegurar el derecho a la información de todo ciudadano). El derecho a la información es universal e integral, es decir, derecho a ejercer las tres facultades.
- 1G La información es un bien social, no una mercancía.

Criterio 2: La condición del Derecho a la Información es la libertad.

- 2A La libertad de expresión y de información debe ejercerse con responsabilidad; se tiene para servir a un derecho; lo que legitima a la libertad es el DI.
- 2B La libertad es condición indispensable para servir al derecho a la información, por eso es obligación del periodista defenderla.
- 2C El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula de conciencia, secreto profesional, condiciones laborales dignas,...) y de presiones externas (no puede tener connivencia con los poderes políticos, económicos, judiciales,...)
- 2D La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica de un medio no puede ir en contra del objetivo primordial de servir al derecho del público a una información verdadera. (Antes 2E)

Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad.

- 3 A La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad.
- 3B El valor central de la información es la verdad, que no es algo conveniente sino constitutivo y esencial al mensaje.
- 3C La persona tiene el derecho y la necesidad de conocer, en la medida de lo posible, la verdad de su realidad, de su mundo, de no vivir en el engaño o en la falsedad. No hay emancipación de la persona sin verdad.
- 3D El conocimiento de la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático.

Criterio 4: El límite principal del Derecho a la Información y de la libertad de información es el respeto a la **dignidad de la persona.**

- 4 A El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales, no como masas.
- 4B El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico que tiene la información.
- 4C El desarrollo de la persona humana y el bien común es la razón última del derecho a la información y de la libertad de información.
- 4D La libertad tiene límites: los derechos de personalidad (honor, intimidad, propia imagen), la protección de la infancia y la juventud, la veracidad, el interés público.

Criterio 5: La garantía del autocontrol son **mecanismos que lo tutelen.**

- 5 A Los códigos deberían contemplar o recomendar un organismo o procedimiento que garantizara su cumplimiento y aplicación.
- 5B Los códigos deberían estipular o mencionar la necesidad de sanciones, de orden moral, en caso de incumplimiento de los principios expresados. La sanción moral más común es la publicación de rectificaciones.
- 5C Un procedimiento de autocontrol es el derecho de rectificación o de réplica.

IV.3. ANÁLISIS EVOLUTIVO DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y EL AUTOCONTROL EN LOS CÓDIGOS ÉTICOS DE CINCO PAÍSES ANDINOS.

IV.3.1. Perú.

Para realizar el análisis evolutivo o sincrónico de los códigos éticos peruanos hemos seleccionado aquellos que eran estrictamente referidos al campo periodístico y aprobados por una organización profesional de ámbito nacional:

1950: *Código de Honor del Periodista*, aprobado en el I Congreso Nacional de Periodistas Peruanos, organizado por la Federación de Periodistas del Perú en Lima, 1950.³⁶

³⁶ El código lo recogen: Porfirio Barroso (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid, E. Paulinas/Verbo Divino, pp. 141-142; María del Mar López (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [Tesis doctoral], Universidad Complutense de Madrid, pp. 373-374. Procede de la Federación de Periodistas del Perú, según información proporcionada por el Pfr. Amador Navarrete en conversación virtual del 28-6-2007.

1982: *Código de Ética*, del Colegio de Periodistas del Perú, aprobado junto con los Estatutos del Colegio por el Decreto Supremo 006-82 del 22 de septiembre de 1982.³⁷

1988: *Carta de Ética Profesional* de la Asociación Nacional de Periodistas, aprobada en septiembre de 1988.³⁸

1993: *Código de Ética Profesional*, aprobado por el Colegio de Periodistas del Perú en Arequipa los días 25-28 de junio de 1993.³⁹

2000: *Principios de Lima*, aprobado por el Consejo de Prensa del Perú el 16 de noviembre de 2000.⁴⁰

2001: *Código de Ética* de la Federación de Periodistas del Perú, aprobado los días 27 y 28 de octubre de 2001, en Huamaní.⁴¹

Hay que decir que en anteriores estudios no se recogen de forma completa los códigos peruanos o los textos recopilados adolecen de varias imprecisiones.⁴²

IV.3.1.1. Matriz de análisis de los códigos peruanos.

³⁷ Texto obtenido en María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (2005⁴): *Ética para periodistas*. Bogotá: Norma, pp. 378-379. Algunos miembros del colegio objetaron a este código el hecho de ser obra del gobierno. La realidad es que tanto el Código de Ética como los Estatutos fueron creación de los propios periodistas, a través de comisiones anteriores a la ley de creación del colegio (1980) que elaboraron anteproyectos que fueron puliéndose. La Comisión Organizadora del Colegio, creada por la ley de 1980, lo que hizo fue darles curso, y convocar a elecciones para el Decanato del Colegio. La circunstancia de haber sido aprobado por un Decreto Supremo, en el gobierno democrático de Belaúnde Terry, obedeció a la necesidad de dar legitimidad al naciente colegio de periodistas, que al no tener aún directiva elegida no podía por sí misma aprobar ni un código ni unos estatutos, y sin ello tampoco podía convocar a elecciones. Información proporcionada por el Amador Navarrete Canales, Profesor de la Universidad San Martín de Porres y elegido miembro de la Comisión Organizadora del Colegio. Conversación virtual mantenida el 3 de julio de 2007 y el 12 de febrero de 2008.

³⁸ Obtenido en la página oficial de International Journalists' Network:

<http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8345&LID=2>. Consulta: 28-6-07.

³⁹ Texto publicado por el Colegio de Periodistas de Lima y la Universidad Inca Garcilaso de la Vega en 1994 y proporcionado por Amador Navarrete Canales, miembro de la Comisión Organizadora del Colegio de Periodistas del Perú (1981-1982) y profesor de la Universidad San Martín de Porres (Lima), el 4 de julio de 2007.

⁴⁰ Obtenido en la página oficial de International Journalists' Network:

<http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=158604&LID=2>. Fecha consulta: 28-6-07.

⁴¹ Obtenido en la página oficial de la Federación de Periodistas del Perú:

http://www.omco.org/fpp/codigo_etica.htm. consulta: 16-2-08.

⁴² La tesis de Ma. del Mar López Talavera (1998), aunque hace una valiosa recopilación de códigos latinoamericanos, no recoge los dos Códigos de Ética del Colegio de Periodistas, ni el elaborado en 1982 ni el de 1993. Ernesto Villanueva (1999: pp. 245-247) recoge un texto con el nombre "Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú" del que no se menciona la fecha y que contiene solo los 18 primeros artículos del Código del Colegio de 1993.

PERÚ	a: artículo pre: preámbulo dch: derecho ppios: principios disciplinarias	e: especificación db: deber pro: prólogo MD: medidas TH: Tribunal de Honor	Código de Honor del Periodista Federación de Periodistas del Perú 1950	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú 1982	Carta de Ética Profesional Asoc. Nacional de Periodistas 22/09/1988	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú Arequipa, 25/28 junio 1993	Principios de Lima Consejo de Prensa del Perú 16/11/2000	Código de Ética Federación de Periodistas del Perú (27/28-10-2001)
1	Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información (DI)		a16		e1, e5, a1, e2, e3, e5, e3, e4	pre2, dcho5, pre1, a7, dch1	pro2, pro1, pro3, pre1, pre6, pre7, a1, a2, a3, pro1, pro4, pre2, pro2, a4, a1	a9j, a4h, a9j
1A	El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho universal del público a la información.		a16		e1, e5		pro2	-
1B	La libertad de expresión (LE) y de información es una libertad fundamental porque está al servicio del DI .							
1C	El DI es clave para el desarrollo de la persona y para una sociedad democrática .				a1, e2		pro1, pro3, pre1, pre6, pre7, a1, a2, a3	a9j
1D	Del derecho a la información del público dependen todos los derechos y deberes del periodista.				e3	pre2, dch5		a4h
1E	La información es un derecho fundamental y su titular es la persona humana.				e5, e3	pre1, a7	pro1, pro4, pre2, pro2, a4	-
1F	El derecho a la información implica la facultad de investigar, difundir y recibir . El DI es universal e integral , implica las tres facultades				e4	dch1	a1	-
1G	La información es un bien social no una mercancía.							a9i

PERÚ	a: artículo pre: preámbulo dch: derecho ppios: principios disciplinarias	e: especificación db: deber pro: prólogo MD: medidas TH: Tribunal de Honor	Código de Honor del Periodista Federación de Periodistas del Perú 1950	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú 1982	Carta de Ética Profesional Asoc. Nacional de Periodistas 22/09/1988	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú Arequipa, 25/28 junio 1993	Principios de Lima Consejo de Prensa del Perú 16/11/2000	Código de Ética Federación de Periodistas del Perú (27/28-10-2001)
2	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad		a2, a9, a13, a17, a18, a18, a19, a19		a2, a3, a9, a10, a11, a12, a10	db3, db11, pre3, db3, db7, db12, dch2, dch3	pre2, a5, a6	a4e, a4i, a8b, a9b, a11, a4c, a4h, a7c, a12, a12
2A	La lib. de expr. y de inform. debe ejercerse con responsabilidad ; se tiene para servir al DI.		a17, a19			-		
2B	La libertad es condición indispensable para servir al DI , por eso es obligación del periodista defenderla .				a2, a3	db3, db11	pre2	
2C	El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula de conciencia, secreto profesional, condiciones laborales dignas,...) y de presiones externas (poderes políticos, económicos, judiciales...)		a2, a9, a13, a18, a19	a4.1, a7.2, a7.3	a9, a10, a11, a12	pre3, db3, db7, db12, dch2, dch3	a5, a6	a4e, a4i, a8b, a9b, a11, a4c, a4h, a7c, a12
2D	La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica de un medio no puede ir en contra del objetivo de servir al derecho del público a una información verdadera .(antes 2E)		a18		a10	-	-	a12
3	Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad		a3, a6, a16, a17, a19, a3, a3		a2	db10, db1, db2, db1,	pre7	a9b, a9b
3A	La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad .		a3, a6, a16, a17, a19		a2	db10, db1		a9b
3B	El valor central de la información es la verdad, es constitutivo del mensaje.					db2	-	a9b
3C	La persona tiene el derecho a conocer la verdad de su realidad. No hay emancipación de la persona sin verdad .		a3		-	db1	-	
3D	Conocer la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático .		a3		-	-	pre7	

PERÚ	a: artículo pre: preámbulo dch: derecho ppios: principios disciplinarias	e: especificación db: deber pro: prólogo MD: medidas TH: Tribunal de Honor	Código de Honor del Periodista Federación de Periodistas del Perú 1950	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú 1982	Carta de Ética Profesional Asoc. Nacional de Periodistas 22/09/1988	Código de Ética Periodística Colegio de Periodistas del Perú Arequipa, 25/28 junio 1993	Principios de Lima Consejo de Prensa del Perú 16/11/2000	Código de Ética Federación de Periodistas del Perú (27/28-10-2001)
4	Criterio 4: El límite principal del DI y de la libertad de información es el respeto a la dignidad de la persona.		a1, a3, a15, a16, a7, a10		a1, a2, a3, e5, ppio 1	db10, db16, db8, db9, db15, db4	pro1, a4, a8	a9a, a9l, a4g, a6, a9d, a9j, a9e, a1, a9a, a9e, a9f, a9g, a9h
4A	El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales, no como masas .					-		a9a, a9l
4B	El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico de la información.						pro1, a4	-
4C	El desarrollo de la persona y el bien común es la razón última del DI y de la libertad de información.		a1, a3, a15, a16		a1, a2, a3, e5, ppio 1	db10, db16	-	a4g, a6, a9d, a9j, a9e
4D	La libertad tiene límites: derechos de personalidad (honor, intimidad, propia imagen), la protección de infancia y juventud, la veracidad, el interés público.		a7, a10	a4.7, a6.4, a6.5, a6.6	-	db8, db9, db15, db4	a8	a1, a9a, a9e, a9f, a9g, a9h
5	Criterio 5: La garantía del autocontrol son mecanismos que lo tutelen.		a12, a12		a9-5C	db19, MD, db6, MD, db6	Tribunal de Ética	a2, TH, a2, a10, TH, a10
5A	Los códigos deben contemplar, recomendar o ir acompañados de un organismo o procedimiento que garantice su cumplimiento y aplicación.					db19, MD: Denuncias de oficio o de parte al Tribunal de Honor Nacional	Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana	a2, TH: Constitución de un Tribunal de Honor y su Procedimiento
5B	Los códigos deben estipular o mencionar la necesidad de sanciones morales. La sanción más común es la publicación de rectificaciones y resoluciones.		a12			db6, "El Coleg. De Period. Sancionará a los miembros de la Orden que..."	Publicar resoluciones sobre quejas, suspensión y separación del Consejo de la Prensa Peruana de un medio.	a2, a10, Sanciones (morales, suspensión y separación)
5C	El código promueve el derecho de rectificación o de réplica, y corrección de errores que son formas del autocontrol.		a12		a9	db6		a10

IV. 3.1.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos peruanos.

Respecto del **primer criterio**, referente a que la misión del periodismo es servir al **Derecho a la Información (DI)**, hay que destacar el significativo aumento de este aspecto en los códigos, pues pasamos de una sola referencia en el código de 1950 a las ocho referencias que hace el código de la Asociación Nacional de Periodistas-ANP (1988) y las quince que hace el del Consejo de la Prensa Peruana (CPP) en el 2000. Es significativo, además, la amplitud con que se recoge el DI en la Carta de Ética de la ANP, pues menciona casi todos los subcriterios, y los Principios de Lima del CPP, centrado sobre todo en la importancia del DI para el desarrollo de la persona y de la sociedad, así como en su categoría de derecho fundamental. Por su parte, los códigos del Colegio de Periodistas (1993) y de la Federación de Periodistas del Perú-FPP (2001) hacen menos referencias pero significativas, como es que del DI dimanen todos los derechos y libertades del periodista. Además, el código de la FPP es el único que menciona expresamente que la información es un bien social y no una mercancía.

La presencia del **segundo criterio**, sobre la **libertad** como condición para el DI, vemos que es de más tradición en los códigos, pues ya en 1950 está muy presente y se mantiene y aumenta en los siguientes códigos. El aspecto que destaca en todos los textos es el referente a la independencia y libertad que debe tener el periodista dentro y fuera de la empresa, con el cumplimiento de las condiciones profesionales, laborales y políticas que lo permitan. Esta es la dimensión que hace mayor referencia a los derechos del periodista, a las condiciones que debe tener garantizadas.

Por el contrario, el subcriterio referente a la relación de la libertad con el DI aparece en tres de los códigos y con menor frecuencia, lo que evidencia el peso que aún tiene en estos códigos, como en la mayoría, la perspectiva de la libertad de expresión vista desde el periodista, no desde la universalidad del DI.

El **tercer criterio**, sobre el **deber** del periodista de decir la verdad, está presente en todos los textos, aunque en menor medida que los criterios anteriores, a excepción del código de 1950 que lo menciona bastante. No obstante, hay que destacar que este aspecto lo recogen los códigos en sus primeros artículos o en el preámbulo, como el caso de los Principios de Lima, lo cual evidencia la relevancia que se le concede.

Respecto al **cuarto criterio**, sobre la **persona** como límite del DI, vemos que es un aspecto muy presente en todos los códigos. Destacan dos subcriterios: que la razón de ser

del DI es el desarrollo de la persona y la búsqueda del bien común y que los límites al DI son los derechos de personalidad, la protección especial de la infancia y la juventud, la verdad, y el interés público.

Por último, en cuanto al **quinto criterio**, sobre los modos de garantizar el **autocontrol**, se ve una evolución importante desde 1950, en que se menciona el deber de rectificación, y en el de 1988, que menciona el derecho de rectificación, hasta los siguientes textos que estipulan mecanismos y procedimientos concretos de autocontrol como son tribunales de honor o de ética, con sanciones determinadas.

Mencionamos como caso particular el código de 1982 del Colegio de Periodistas, en el que apenas constan referencias al enfoque del derecho a la información y que tiene un estilo, tanto en la forma, ordenado en capítulos, como en el tono severo y prohibitivo, muy jurídico. Este código fue aprobado por ley junto con el Estatuto del Colegio de Periodistas recién creado en 1980, circunstancia que unido al momento de retorno a la democracia ha influido en dotar al código de un aire más legal que ético.

En definitiva, se puede concluir que hay una creciente presencia de todos los criterios en los códigos, y se aprecia un punto de inflexión en los códigos de 1993 y del 2000, ambos surgidos en gobiernos de Fujimori, y después del autogolpe de Estado de 1992, años en que hubo tantas arremetidas contra la prensa. Estos dos códigos, del colegio y del CPP respectivamente, son los más ricos deontológicamente y apuestan decididamente por el DI y el autocontrol, especialmente los Principios de Lima del CPP, que actualmente es el organismo con más autoridad y presencia en los medios. El código de la FPP, de 2001, recoge en líneas generales todos los criterios, pero es pobre en cuanto a su referencia al DI y a la relación de la LE con el DI.

IV.3.2. Ecuador.

Ecuador solo dispone de un código ético nacional, en el ámbito del periodismo, que es el Código de Ética Profesional del Periodista,⁴³ aprobado en 1978 por la naciente Federación Nacional de Periodistas (FENAPE) que a su vez había sido creada en 1975 por Ley, en la dictadura militar del General Rodríguez Lara. Sorprendentemente, este código no ha sufrido ninguna actualización desde entonces, lo cual se relaciona con la escasa actividad y presencia de los gremios, ya mencionada. En cualquier caso, creemos que es

⁴³ Cfr. Milton Salvador (2004): *Comunicación Social. Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética*. Quito, Editorial Quipus-CIESPAL, pp. 15-23.

importante su análisis porque refleja el modo de concebir la profesión y los aspectos claves de la ética periodística en esa época histórica del periodismo, y que nuestro análisis será la base para posteriores estudios y para futuros códigos éticos que esperamos se elaboren por parte de los profesionales y de los distintos medios de comunicación.

IV.3.2.2. Matriz de análisis del código ecuatoriano.

ECUADOR	a: artículo pre: preámbulo	Código de Ética Profesional del Periodista. Federación Nacional de Periodistas 18/11/1978
1	Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información (DI)	pre1, pre2, a1, a4, a7, a14, pre1, pre4
1A	El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho universal del público a la información.	pre1, pre2, a1, a4, a7, a14
1B	La libertad de expresión (LE) y de información es una libertad fundamental porque está al servicio del DI .	
1C	El DI es clave para el desarrollo de la persona y para una sociedad democrática .	
1D	Del derecho a la información del público dependen todos los derechos y deberes del periodista.	
1E	La información es un derecho fundamental y su titular es la persona humana.	pre1
1F	El derecho a la información implica la facultad de investigar, difundir y recibir. El DI es universal e integral, implica las tres facultades	
1G	La información es un bien social no una mercancía.	pre4
2	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad	a13, a16, a24, a26, a29, a37, a41, a12
2A	La lib. de expr. y de inform. debe ejercerse con responsabilidad ; se tiene para servir al DI.	
2B	La libertad es condición indispensable para servir al DI , por eso es obligación del periodista defenderla .	
2C	El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula de conciencia, secreto profesional, condiciones laborales dignas,...) y de presiones externas (poderes políticos, económicos, judiciales...)	a13, a16, a24, a26, a29, a37, a41
2D	La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica de un medio no puede ir en contra del objetivo de servir al derecho del público a una información verdadera .(antes 2E)	a12
3	Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	pre4, a1,pre2, a14
3A	La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad .	pre4, a1,
3B	El valor central de la información es la verdad, es constitutivo del mensaje.	pre2, a14
3C	La persona tiene el derecho a conocer la verdad de su realidad. No hay emancipación de la persona sin verdad .	
3D	Conocer la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático .	
4	Criterio 4: El límite principal del DI y de la libertad de información es el respeto a la dignidad de la persona.	a3, a6, a8, a9, a18, pre5, a5, a30
4A	El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales, no como masas .	
4B	El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico de la información.	
4C	El desarrollo de la persona y el bien común es la razón última del DI y de la libertad de información.	a3, a6, a8, a9, a18
4D	La libertad tiene límites : derechos de personalidad (honor, intimidad, propia imagen), la protección de infancia y juventud, la veracidad, el interés público.	pre5, a5, a30
5	Criterio 5: La garantía del autocontrol son mecanismos que lo tutelen.	a31
5A	Los códigos deben contemplar, recomendar o ir acompañados de un organismo o procedimiento que garantice su cumplimiento y aplicación.	
5B	Los códigos deben estipular o mencionar la necesidad de sanciones morales. La sanción más común es la publicación de rectificaciones y resoluciones.	
5C	El código promueve el derecho de rectificación o de réplica, que es una forma de autocontrol.	a31

IV.3.2.2. Análisis del Código de Ética del Periodista Profesional.

Lo que podemos apreciar, a primera vista, es la presencia de la información o libertad de información como derecho de toda persona y que el periodista está llamado a defender y servir. La mención de este **primer criterio** no tiene toda la riqueza de matices que expresan los subcriterios, pero ya es un paso importante que se conciba la libertad de información no como prerrogativa de los periodistas sino perteneciente a todo ser humano, como vemos en los siguientes párrafos:

Párrafo 1 preámbulo: “La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades (...) y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano, un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado.”

En el párrafo 2 del preámbulo se concreta la libertad de expresión como libertad de información y de opinión, y como un derecho inalienable, siendo el periodista el responsable de su plena aplicación práctica. En el párrafo 4 se menciona la delicada tarea y alta responsabilidad que tiene el periodista respecto, entre otras cosas, a las libertades y derechos de la persona humana; entendemos que entre ellos la libertad de información, antes mencionada.

Más adelante, en varios artículos (1, 4, 7, 14) el código se refiere al derecho a la información de toda persona, y destacamos dos cosas: que la obligación del periodista de “proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna” es el artículo 1 del código; y que la mención al derecho a una información objetiva, veraz y oportuna se repite en varias partes: párrafo 2 del preámbulo, artículo 1 y artículo 14. Esta insistencia en el tema evidencia la importancia que se le concede al derecho universal a la información y el enfoque desde el que está escrito el código, es decir, no con énfasis en los derechos y libertades del periodista sino en los derechos y libertades de todo ciudadano.

Otro aspecto que destacamos, y que se relaciona con el énfasis del primer criterio, son las numerosas referencias a la dignidad de la persona humana, que según el **criterio cuarto** es el límite principal del Derecho a la Información y las libertades anexas:

Párrafo 4 del preámbulo: (...) “ser altamente responsable con (...) las libertades y derechos de la persona humana”

Párrafo 5 del preámbulo: (...) “está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas (...)”.

Art. 3: “El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país (...) y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos”.

Art. 4: “El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana.”

Art. 9: “El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos (...).”

Art. 18: “El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana.”

Art. 30: “Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o el prestigio de personas (...).”

Unido a la dignidad humana, y como consecuencia de ello, se encuentra el espíritu de servicio al bien común, lo cual también está presente en los artículos anteriores.

Otro criterio muy presente es el **segundo**, referente a la libertad como condición para verificar el Derecho a la Información. Se mencionan sobre todo las condiciones de libertad que debe tener el periodista dentro y fuera de la empresa (salarios justos, trato digno en la empresa, libertad de pensamiento, independencia respecto del medio, del Estado y de las fuentes, secreto profesional y libertad de presiones económicas).

También se hace una referencia a la libertad de empresa, que no debe contravenir con el monopolio la misión esencial del periodista y los medios en cuanto a servir al Derecho a la Información.

El **tercer criterio** también queda reflejado, unido a las diversas menciones al derecho a una información objetiva, veraz y oportuna, por lo que se da un énfasis no solo al concepto de derecho a la información sino a que la información debe ser veraz.

Por último, el **criterio quinto** está apenas presente con una única mención de la obligación de rectificar informaciones falsas. Aunque estamos contemplando el derecho y deber de rectificación como actividad de los mecanismos de autocontrol, y su mención es un hecho positivo, se ve que el código pertenece a una época donde aún no estaba desarrollada la sensibilidad y la necesidad de modos de autocontrol que garanticen el ejercicio ético de los medios.

Hay que mencionar, no obstante, que la Ley del Ejercicio del Periodista contemplaba en su art. 11 la existencia de los Tribunales de Honor a los que correspondía conocer las violaciones tanto a la Ley, como al Estatuto y al Código de Ética, y tenían capacidad de imponer sanciones, desde la amonestación hasta la suspensión definitiva.⁴⁴ El carácter legal de estos Tribunales de Honor despoja de todo carácter de autocontrol a estos

⁴⁴ Cfr. Lincoln Larrea Benalcázar (1983): *Ética y colegiación del periodista*. Quito, Colegio de Periodistas de Pichincha, pp. 119-120.

organismos. Por otra parte, la actuación del Tribunal de Honor ha sido escasa⁴⁵ y se ha preocupado sobre todo de la violación a la Ley del Periodista y a defender la colegiación, más que a casos propiamente éticos.⁴⁶

En resumen podemos decir que este código es rico en referencias a la información como derecho universal de toda persona y como deber del periodista, de los medios y del Estado garantizarlo, así como el espíritu de servicio a la dignidad humana y a la comunidad. No obstante, se observa una fuerte carga política en el código, fruto del momento histórico, en pleno debate de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación en la Comisión McBride y en el seno del Movimiento de Países no Alineados, en los que se denunciaban las desigualdades Norte-Sur y las política colonialistas o neocolonialistas de la comunicación, representadas por Estados Unidos.

También se refleja el espíritu gremialista y corporativista, en la obligaciones del periodista con la FENAPE, fruto de la ley del Ejercicio Profesional que se acababa de aprobar (1975) y que exigía la colegiación, en un contexto latinoamericano donde el tema estaba en pleno auge. Algunos escritos de la época reflejan cómo la colegiación y el corporativismo se mezclaban e identificaban más con intereses gremiales y con ciertos intereses políticos que con instrumentos que mejorasen la calidad ética y asegurasen el derecho a la información. Así lo reflejan las palabras de uno de los periodistas del momento, Lincoln Larrea, miembro del Colegio de Periodistas de Pichincha: “Debemos conformar un frente único, a base de la ética y la colegiación, para lograr una reformulación de la actual estructura de la información que no permite la liberación y el desarrollo integral del pueblo, sino que sigue siendo un instrumento de dominación”.⁴⁷

⁴⁵ Cfr. Alberto Maldonado S. (1983): “Deontología Profesional. Código de ética del periodismo ecuatoriano” en *Comunicación o Incomunicación* (1983), Quito, Ediciones Índice, p. 153.

⁴⁶ Cfr. Fabián Garcés (1993): *Ética en la comunicación*, Quito, Cronos. Comunicación para el Desarrollo, p. 251-252.

⁴⁷ Cfr. Lincoln Larrea Benalcázar (1983): op. cit., pp. 42.

IV.3.3. Colombia.

El caso de los códigos colombianos difiere del resto de países por no existir una organización de periodistas de ámbito nacional, sino el Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB), el de más trayectoria, y el Círculo de Periodistas de Antioquia (CIPA), en Medellín, segunda ciudad del país. Es por ello que los códigos existentes provienen de estos dos gremios, aparte del que realizó la Asociación Nacional Intergremial, inexistente en la actualidad. Por lo tanto, los códigos que analizaremos serán:

1970: Código de Ética del Círculo de Periodistas de Antioquia, aprobado en la Asamblea General del CIPA, el 19 de septiembre de 1970.⁴⁸

1974: *Código Intergremial de Ética Periodística*, aprobado el 29 de septiembre de 1974 en Bogotá en el I Encuentro Nacional de Periodistas, convocado por la Asociación Nacional Intergremial.⁴⁹

1990: *Código de Ética* del Círculo de Periodistas de Bogotá, aprobado en enero de 1990.⁵⁰

2006: *Código de Ética* del Círculo de Periodistas de Bogotá, aprobado el 31 de agosto de 2006.⁵¹

IV. 3.3.1. Matriz de análisis de los códigos colombianos.

⁴⁸ Recogido en Porfirio Barroso Asenjo (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, p. 51.

⁴⁹ Recogido en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 350-352.

⁵⁰ Recogido en María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (2005⁴): *Ética para periodistas*. Bogotá: Norma, pp. 367-370 y en el sitio oficial de la organización colombiana Medios para la Paz <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=769> consulta: 23-4-08.

⁵¹ Recogido en el sitio oficial del CPB: http://www.cpb.org.co/CODIGO_ETICA_2006.pdf, consulta: 28-4-08.

COLOMBIA	Pre: Preámbulo a: artículo	Código de Ética Círculo de Periodistas de Antioquia 1970	Código Intergremial de Ética Periodística Asoc. Nacional Intergremial 1974	Código de Ética Círculo de Period. de Bogotá 1990	Código de Ética Círculo de Period. de Bogotá 2006
1	Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información (DI)				
1A	El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho univ. del público a la informac.	a1		a1	a1
1B	La libertad de expresión (LE) y de información es una libertad fundamental por estar al servicio del DI .				
1C	El DI es clave para el desarrollo de la persona y para una soc. democrát.				
1D	Del derecho a la información del público dependen todos los derechos y deberes del periodista.				
1E	La información es un derecho fundamental y su titular es la persona .			pre2	pre2
1F	El derecho a la información implica la facultad de investigar, difundir y recibir . El DI es universal e integral , implica las tres facultades				
1G	La información es un bien social no una mercancía.				a11.1
2	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad				
2A	La lib. de expr. y de inform. debe ejercerse con resp.; es para servir al DI .			pre2	pre2
2B	La libertad es condición indispensable para servir al DI, por eso es obligación del periodista defenderla .		a2, a4	pre1	pre1
2C	El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula conc, secreto prof, condic. Laborales dignas,...) y de pres. externas (poderes políticos, econ., judic.)	a10, a12, a13	a7, a11, a12	a3.1, a7, a9, a10, a9.1, a9.2	a2.1, a8, a9.1, a9.2, a9.4, a10
2D	La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica de un medio no puede ir contra el objetivo de servir al derecho a la información verdadera.	a13	a7		

3	Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	a2			
3A	La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad .	a2, a3	a1		pre3
3B	El valor central de la información es la verdad, es constitutivo del mensaje.				
3C	La persona tiene el derecho a conocer la verdad de su realidad. No hay emancipación de la persona sin verdad.			pre1	pre1
3D	Conocer la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático.				
4	Criterio 4: El límite principal del DI y de la libertad de información es el respeto a la dignidad de la persona.				
4A	El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas como tales, no como masas.				
4B	El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico de la información.				
4C	El desarrollo de la persona y el bien común es la razón última del DI y de la libertad de información.	a2, a5			
4D	La libertad tiene límites : derechos de personalidad (honor, intimidad, imagen), protección infancia y juventud, la veracidad, el interés público.	a8, a14	a10	a4, a8.1	a3, a7.1
5	Criterio 5: La garantía del autocontrol son mecanismos que lo tutelen.				
5A	Los códigos deben contemplar, recomendar o ir acompañados de un organismo o procedimiento que garantice su cumplimiento y aplicación.			a11.3	a12.4
5B	Los códigos deben estipular o mencionar la necesidad de sanciones morales. La sanción más común es la publicación de rectificac. y resoluciones.		a9		
5C	El código promueve el derecho de rectificación o de réplica, que es una forma de autocontrol.			a2	a6

IV. 3.3.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos colombianos.

Respecto del primer criterio, referente al **derecho a la información** como misión del periodismo, se observa su presencia clara y progresiva, desde la escueta mención del código de 1970: “El periodista es garante del derecho a la información que asiste a toda persona” (art. 1) hasta el más completo de 1990 y 2006: “La comunidad tiene derecho a estar informada veraz, suficiente y oportunamente y el periodista está en la obligación de informarla en esos términos” (art. 1). Destacamos que en todos los casos está en el capítulo primero lo cual es un indicador de la preferencia que se le concede.

Asimismo, los dos códigos del Círculo de Periodistas de Bogotá (1990, 2006) contemplan el derecho a la información en el segundo párrafo del preámbulo: “El acceso a la información constituye uno de los derechos básicos del hombre. Esta razón de ser de la libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión.” (código 1990). Vemos aquí el peso que se le concede al acceso a la información, una de las facultades del derecho a la información, y que se expresa que este derecho es la razón de ser de la libertad de prensa.

Si nos referimos al segundo criterio, acerca de la **libertad como condición**, observamos que es el criterio más presente en todos los códigos y que se da una evolución creciente. Predominan las referencias al subcriterio 2C, sobre la libertad e independencia que debe tener el periodista para ejercer la profesión y, en concreto, la prohibición de recibir regalos o favores de fuentes potenciales, del derecho y deber de guardar el secreto profesional y la cláusula de conciencia. Además, en los códigos de 1990 y de 2006 se refleja muy bien el aspecto, no muy presente en los códigos de otros países, de que el derecho del público a la información es razón de ser de la libertad de prensa o expresión, y que ello implica ejercerla con mucha responsabilidad y honestidad:

Preámbulo, párrafo 2: “El acceso a la información constituye uno de los derechos fundamentales de ser humano. La libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con los más altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión.” (Código CPB 2006)

En cuanto al tercer criterio, sobre **la verdad como deber fundamental**, su presencia es también significativa y preferencial. El código de 1970 le dedica los artículos 2 y 3:

*Art. 2. La información que suministra será veraz y condicionada al bien común.
Art. 3. Pondrá todo su empeño en buscar la verdad [...].*

El código de 1974 le dedica también el artículo 1, que es casi una copia exacta del primer artículo de la Carta de Ética chilena de 1968, y que dice:

Art. 1. El periodismo y los periodistas deben estar siempre al servicio de la verdad, la justicia y los derechos de los pueblos y de los ideales de perfeccionamiento y avance de la sociedad y amistad entre los pueblos.

En todo caso, es una expresión muy clara y enfática de expresar la misión principal del periodismo, lo cual aunque no lo dice con estas palabras se deduce de la colocación en el primer artículo del código.

Por su parte, el código de 1990, del CPB, no recoge este aspecto en el articulado sino en el preámbulo, en el párrafo 1, lo cual denota también la preferencia concedida a esta misión del periodista. En el texto de 2006, además de mantener la expresión de 1990, recoge más fielmente este deber fundamental:

Preámbulo, párrafo 3. La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de manera veraz y su única subordinación ética será para con el público al que sirve.

Sobre el cuarto criterio, acerca de **la dignidad humana como límite**, observamos varias menciones al respeto a la persona y al bien común como limitaciones del derecho y libertad de información, excepto en el código intergremial que solo menciona la prohibición de discriminación de cualquier tipo. Entre las menciones a la protección de la persona humana encontramos:

Art. 8. Comprenderá el periodista que la vida privada está fuera de la actividad informativa, salvo cuando afecte al orden público o social. (código 1970)

Art. 8.1. El periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público. (código 1990)

Art. 7.1. Respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público. (código 2006)

Sobre la prioridad del bien común:

Art. 5. El periodista hará uso de la libertad de expresión con rectitud y siempre para el bien común. (código 1970)

Art. 4. No todos los métodos para obtener una noticia son éticos. Las razones de interés público deben prevalecer sobre los intereses privados en la búsqueda de la información. (código 1990)

Art. 3. La información deberá ser obtenida a través de medios legales y éticos. El fin no justifica los medios. Las razones de interés público deben prevalecer sobre los intereses privados en la búsqueda de la información. (código 2006)

Por último, el criterio quinto, sobre **mecanismos que garanticen el autocontrol**, vemos una clara evolución. Del código de 1970 que no lo menciona y el de 1974 que solo hace referencia a sanciones, pasamos al código del CPB de 1990, mucho más rico, que menciona la obligación de rectificación y la necesidad de constituir un tribunal de honor que tutele el cumplimiento del código:

Art. 2. Es obligación del periodista rectificar pronta y adecuadamente las informaciones inexactas, así no se haya exigido aclaración por parte del perjudicado.

Art. 11.3. Para garantizar la vigilancia del cumplimiento de este Código y su actualización es necesario constituir un tribunal de honor cuya estructura y composición serán acordadas por consenso por las agremiaciones del país.

Hay que destacar, a propósito de este artículo, lo que ya mencionamos más arriba acerca del origen de este código. Fue fruto de una comisión de ética del Círculo de Periodistas de Bogotá, establecida en 1978, y conformada, entre otros, por el prestigioso periodista y tallerista de ética, Javier Darío Restrepo. El borrador resultante fue discutido en numerosos foros y seminarios en universidades y medios. Finalmente, el CPB lo aprobó en enero de 1990. Debido a esto, nos parece muy relevante que el código proponga la institución de un mecanismo de autocontrol como un tribunal de honor, porque es signo positivo del consenso y sensibilidad ética que se va generando en Colombia.

Por otro lado, este espíritu es recogido en los dos párrafos precedentes, art. 11.1. y art. 11.2., que declaran que la responsabilidad recaerá siempre en el profesional y no en otras instancias así como la exclusión de toda intervención foránea a los medios para velar por el cumplimiento del código. Es decir, que se está dejando claro los presupuestos teóricos del autocontrol.

Por su parte, el código del 2006, aparte de contemplar el derecho de rectificación, refleja el mismo espíritu de 1990 así como el camino recorrido desde entonces puesto que ya menciona la existencia de un mecanismo: la Comisión de Ética.

Art. 12.4. Para garantizar la actualidad de este Código y su observancia, la Comisión de Ética asumirá el compromiso de estudiar los cambios que se le sugieran o que ella misma proponga, e investigará los casos de conflicto ético que sean sometidos a su consideración.

Pero lo más novedoso del código de 2006 es que incluye un apartado denominado “Responsabilidad Social”, dedicado expresamente a defender la autorregulación como la mejor forma de garantizar el ejercicio ético de los profesionales. Transcribimos algunos de los literales:

Responsabilidad Social

Art. 11. El periodista es responsable del poder que le dan su profesión y los medios que maneja; por tanto es un deber maximizar sus buenos efectos y prevenir cualquier daño atribuible a sus informaciones.

Art. 11.1. Los medios de comunicación se deben entender como servicio de interés público, por tanto la acción periodística se orientará en ese sentido. Esta responsabilidad prima sobre cualquiera otra, sea con los patronos o con los distintos poderes.

Art. 11.4. La autorregulación es un instrumento de la responsabilidad, que debe contribuir a la excelencia profesional. Es esencialmente distinta de la autocensura que es el silencio de la información debida, impuesto por el miedo o los intereses individuales.

De este modo, se confirma el importante avance habido en la deontología colombiana en enfatizar la relación libertad-responsabilidad que debe sustentar el ejercicio profesional, pues en este último código la referencia a la responsabilidad es muy precisa. Para los estudiosos colombianos que más han promocionado este énfasis, así como la autorregulación, como Javier Darío Restrepo, representa un avance importante con respecto a los códigos anteriores.⁵² Lo que cabría esperar es que haya una correlación entre la claridad de este código y la autoridad profesional y moral de la Comisión de Ética del CPB, gremio que en la actualidad está pasando por una fuerte crisis.

⁵² Según lo que nos manifestó en la entrevista realizada en Loja (Ecuador) el 17 de octubre de 2007.

IV.3.4. Venezuela.

Siguiendo los parámetros establecidos, los códigos nacionales del ámbito periodístico existentes en Venezuela y que vamos a analizar son:

1959: *Modelo de Ética*, aprobado por la Asociación Venezolana de Periodistas, en su III Convención Nacional celebrada en Maracaibo en 1959⁵³.

1976: *Código de Ética del Periodista Venezolano*, aprobado por el Colegio Nacional de Periodistas en su Primera Convención celebrada en Caracas, los días 3-5 de septiembre de 1976.⁵⁴

1988: *Código de Ética del Periodista Venezolano (Actualización)*, aprobado por el Colegio Nacional de Periodistas en su VII Convención Nacional celebrada en Mérida, el 30 de junio de 1988.⁵⁵

1997: *Código de Ética del Periodista Venezolano (Actualización)*, aprobado por el Colegio Nacional de Periodistas en el XXIX Secretariado del CNP efectuado en San Carlos, los días 13 y 14 de junio de 1997.⁵⁶

IV. 3.4.1. Matriz de análisis de los códigos venezolanos.

⁵³ Recogido en Servando García Ponce (1961): *Apuntes sobre la libertad de prensa en Venezuela*, Caracas, Universidad Central de Venezuela, pp. 123-124 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 377-378.

⁵⁴ Recogido en Porfirio Barroso Asenjo (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*; Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, pp. 153-157.

⁵⁵ Recogido en *Oficina Central de Información*, Caracas, 1994, pp. 5-14 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 432-442.

⁵⁶ Código enviado por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa el 19 de mayo de 2006.

VENEZUELA	Pp: principio a: artículo pre: preámbulo pu: parágrafo único	Modelo de Ética de la Asociación Venezolana de Periodistas Maracaibo, 1959	Código de Ética del Periodista Venezolano Colegio Nacional de Periodistas (CNP) Caracas, 3-5- sept. 1976	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP Mérida, 30 junio 1988	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP San Carlos, 13-14 junio 1997
1	Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información (DI)	Pp1, a1, a2, Pp4, a2, Pp1, pp6, a2, Pp1, a1, a2	a2, a6, a43, pre1, a1, a43, pre2, a6, a2, pre1, pre 2, a6, a13, a3	a2,a6,a46, pre5, a29, pre1, pre2, a1, a6, a2, pre1, pre2, a6, a3, a14	a2,a6,a46, pre5, pre1, pre2, a1, a6, a2, pre1, pre2, a6, a3, a14
1A	El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho universal del público a la información.	Pp1, a1, a2	a2, a6, a43	a2,a6,a46, pre5, a29	a2,a6,a46, pre5
1B	La libertad de expresión (LE) y de información es una libertad fundamental porque está al servicio del DI .				
1C	El DI es clave para el desarrollo de la persona y para una sociedad democrática .	Pp4, a2	pre1, a1, a43, pre2, a6	pre1, pre2, a1, a6	pre1, pre2, a1, a6
1D	Del derecho a la información del público dependen todos los derechos y deberes del periodista.		a2	a2	a2
1E	La información es un derecho fundamental y su titular es la persona humana.	Pp1, pp6, a2	pre1,pre 2, a6	pre1, pre2, a6	pre1, pre2, a6
1F	El derecho a la información implica la facultad de investigar, difundir y recibir . El DI es universal e integral , implica las tres facultades	Pp1, a1, a2	a13, a3	a3, a14	a3, a14
1G	La información es un bien social no una mercancía.		pre2, pre4	pre2, pre4	pre2, pre4

VENEZUELA	Pp: principio a: artículo pre: preámbulo pu: parágrafo único	Modelo de Ética de la Asociación Venezolana de Periodistas Maracaibo, 1959	Código de Ética del Periodista Venezolano Colegio Nacional de Periodistas (CNP) Caracas, 3-5-sept. 1976	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP Mérida, 30 junio 1988	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP San Carlos, 13-14 junio 1997
2	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad	Ppio 7, pp8, A8, a10	pre3, a1, a2-a3, a16, pa2, a22, a31, a32, a39, a41,a18,a19, a23, a36, a34, a35, a39, a41, pre4, a32,a35	pre3, a1, a2-a3, a18,pa2,a24, a25, a33,a34,a42,a44, a20, a21, a37, a38, a39, pre4, a34,a38	pre3, a1, a2-a3, a18,pa2,a20, a21, a24, a25, a33, a34, a37, a38, a39, a42, a44, pre4, a34,a38
2A	La lib. de expr. y de inform. debe ejercerse con responsabilidad ; se tiene para servir al DI.		pre3, a1	pre3, a1	pre3, a1
2B	La libertad es condición indispensable para servir al DI , por eso es obligación del periodista defenderla .	Ppio 7, pp8	a2-a3	a2-a3	a2-a3
2C	El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula de conciencia, secreto profesional, condiciones laborales dignas,...) y de presiones externas (poderes políticos, económicos, judiciales...)	A8, a10	a16, pa2, a22, a31, a32, a39, a41,a18,a19, a23, a36, a34, a35, a39, a41	a18,pa2,a24, a25, a33,a34,a42,a44, a20, a21, a37, a38, a39	a18,pa2,a20, a21, a24, a25, a33, a34, a37, a38, a39, a42, a44
2D	La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica de un medio no puede ir en contra del objetivo de servir al derecho del público a una información verdadera .		pre4, a32,a35	pre4, a34,a38	pre4, a34,a38
3	Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	A3, a6, a13, a7	pre3, a4, a5, a6, pre3, a8pu,a6	pre3, a4, a5, a6, Pre3, a8pu,a6	pre3, a4, a5, a6, Pre3, a8pu,a6
3A	La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad .	A3, a6, a13, a7	pre3, a4, a5, a6	pre3, a4, a5, a6	pre3, a4, a5, a6
3B	El valor central de la información es la verdad, es constitutivo del mensaje.		pre3	Pre3	Pre3
3C	La persona tiene el derecho a conocer la verdad de su realidad. No hay emancipación de la persona sin verdad .		a8pu,a6	a8pu,a6	a8pu,a6
3D	Conocer la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático .		pre1-2-3	pre1-2-3	pre1-2-3

VENEZUELA	Pp: principio a: artículo pre: preámbulo pu: parágrafo único	Modelo de Ética de la Asociación Venezolana de Periodistas Maracaibo, 1959	Código de Ética del Periodista Venezolano Colegio Nacional de Periodistas (CNP) Caracas, 3-5- sept. 1976	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP Mérida, 30 junio 1988	Actualización Código de Ética del Periodista Venezolano CNP San Carlos, 13-14 junio 1997
4	Criterio 4: El límite principal del DI y de la libertad de información es el respeto a la dignidad de la persona.	a2, a2, a2, a10, a12, a7, a10, a11, a14	pre2, a1, a1, a6, pre2, a1, a6, a7, a4, a5, a10, a8	pre2, a1, a1, a6, pre2, a1, a6, a7, a4, a5, a11, a8	pre2, a1, a1, a6, pre2, a1, a6, a7, a4, a5, a11, a8
4A	El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales, no como masas .	a2	pre2, a1	pre2, a1	pre2, a1
4B	El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico de la información.	a2	a1, a6	a1, a6	a1, a6
4C	El desarrollo de la persona y el bien común es la razón última del DI y de la libertad de información.	a2, a10, a12	pre2, a1, a6, a7	pre2, a1, a6, a7	pre2, a1, a6, a7
4D	La libertad tiene límites: derechos de personalidad (honor, intimidad, propia imagen), la protección de infancia y juventud, la veracidad, el interés público. (antes 2D)	a7, a10, a11, a14	a4, a5, a10, a8	a4, a5, a11, a8	a4, a5, a11, a8
5	Criterio 5: La garantía del autocontrol son mecanismos que lo tutelen.	a15, a15	pre5, pre6, a42, a47, pre6, a47, a11	pre6, pre7, a45, a50, pre7, a9, a50, pre5, a12, a13	pre6, pre8, a45, a50, pre8, a9, a50, pre5, a12, a13
5A	Los códigos deben contemplar, recomendar o ir acompañados de un organismo o procedimiento que garantice su cumplimiento y aplicación.		pre5, pre6, a42, a47	pre6, pre7, a45, a50	pre6, pre8, a45, a50
5B	Los códigos deben estipular o mencionar la necesidad de sanciones morales. La sanción más común es la publicación de rectificaciones y resoluciones.	a15	pre6, a47	Pre7, a9, a50	Pre8, a9, a50
5C	El código promueve el derecho de rectificación o de réplica, que es una forma de autocontrol.	a15	a11	pre5, a12, a13	pre5, a12, a13

IV. 3.4.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos venezolanos.

Respecto del **primer criterio**, relativo al Derecho a la Información (DI) como misión de la prensa, se observa una fuerte presencia del mismo en todos los códigos y una evolución creciente desde el primer código de 1959, el Modelo de Ética de la Asociación Venezolana de Periodistas (AVP), al segundo, el código del Colegio Nacional de Periodistas (CNP) de 1976 y sus actualizaciones (1988 y 1997). Además de ello, las referencias son muy ricas en matices pues contemplan casi todos los subcriterios. Sobre el primer texto hay que destacar que menciona mucho la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 y la importancia de la libertad de información para la paz interna y externa y para la democracia, lo cual evidencia el momento político venezolano, recién acabada la dictadura de Pérez Jiménez (1950-1958) y el contexto internacional. Recordemos que los documentos que se están produciendo en el seno de la ONU desde 1945 enfatizan la importancia de la información para la paz internacional.

En el código del CNP de 1976 aparece de forma más clara que la misión primordial de la prensa es servir al DI cuando se dice: “El periodista tiene su origen en la libertad de expresión y el derecho a la información ...” (art. 2) y “El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene el derecho de recibir información veraz, oportuna e integral....” (art. 6). Estos artículos se mantienen en los códigos de 1988 y de 1997.

Al analizar el **segundo criterio** percibimos que también está presente en el código de la AVP y que abunda en los tres del CNP. Respecto del primero, hay que recordar que este texto, de 1959, surge en pleno retorno de Venezuela a la democracia en 1958, con Rómulo Betancourt, por lo que hay un clima muy sensible en torno a la recuperación de derechos y libertades. Esto se evidencia en el texto de la AVP, tanto en la Declaración de Principios, centrado en la importancia de la libertad de expresión y de prensa, partiendo de la Declaración Universal de 1948, como en el articulado del Modelo de Ética.

En los códigos del CNP vemos que el aspecto más mencionado es el de las garantías y condiciones internas y externas para la libertad de expresión y de información. Podemos decir que es una constante la preocupación por la libertad del periodista tanto en su relación con las fuentes, como con la empresa y el Estado, y acentúa que a quien se debe sobre todo es al pueblo. Donde se ve un salto respecto de 1959 es en el subcriterio 2D

referido al equilibrio entre libertad de empresa y el DI, que es evocado varias veces por los códigos del CNP, en el apartado “El periodista con la empresa”.

Sobre el **tercer criterio** (el deber fundamental del periodista es decir la verdad), aunque no son muchas las referencias, hay que destacar la afirmación que hace el texto de la AVP en su artículo 6: “La verdad es una virtud esencial para todos los periodistas”, que pese a no aparecer al principio del código se complementa con el artículo 3 que insta a no publicar informaciones que no sean verdaderas.

Los códigos del CNP sí son ricos en referencias a la verdad como deber fundamental del periodista, por lo que se ve una importante evolución. Es significativo que estén desde el preámbulo y a lo largo de los ocho primeros artículos del código, lo que refleja la importancia concedida. Las expresiones utilizadas son ilustrativas: “El periodista tiene la verdad como norma irrenunciable” (art. 4) y “El periodista está obligado a respetar y defender la verdad” (art. 5).

En relación al **cuarto criterio**, es patente la evolución desde el código de 1959, que hace referencias más implícitas que explícitas a la dignidad de la persona humana como límite, mientras que el código de 1976 ya se refiere a que “El periodista concibe la libertad de información como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre” (Preámbulo 2) y hace referencia al desarrollo integral del individuo (art. 1) y a la liberación del hombre (art. 7).

En el **quinto criterio** es muy perceptible la evolución a lo largo de los textos. Partiendo de la sola mención del texto de 1959 a la obligación de rectificar los errores (art. 15) hasta el código de 1976 que contempla además la existencia de Tribunales Disciplinarios que tutelen su cumplimiento y apliquen las sanciones previamente dispuestas en la Ley del Ejercicio del Periodismo (Preámbulo 5 y 6).

Los códigos de 1988 y 1997 dan un paso más y, además de ratificar lo dicho en 1976, hablan del derecho de réplica del público (Preámbulo 5). Además, especifican un procedimiento básico para el deber de rectificación de los medios (art. 12) haciendo alusión al artículo correspondiente de la Ley del Ejercicio Periodístico y a su Reglamento.

Esto refleja la sensibilidad creciente hacia la importancia de los mecanismos de autocontrol para evitar la actuación de instancias externas a los medios, injerencia que es mencionada además en estos mismos códigos (art. 45).

De este modo, podemos concluir que se ha dado una evolución importante en los códigos venezolanos hacia la concepción del derecho universal a la información como fundamento del quehacer periodístico y hacia la opción por el autocontrol.

VI.3.5. Chile.

Siguiendo los parámetros establecidos, los códigos nacionales del ámbito periodístico existentes en Chile y que vamos a analizar son:

1963: *Carta de Ética Periodística*, aprobada por Colegio de Periodistas de Chile, en 1963.⁵⁷

1968: *Carta de Ética Periodística*, aprobada por Colegio de Periodistas de Chile, en 1968 como reforma a la Carta de 1963.⁵⁸

1994: *Código de Ética*, aprobado por el Colegio de Periodistas de Chile en su Congreso Nacional Extraordinario, el 26 de mayo de 1994.⁵⁹

1999: *Código de Ética*, aprobado por el Colegio de Periodistas de Chile en su IX Congreso Extraordinario celebrado en agosto de 1999.⁶⁰

IV. 3.5.1. Matriz de análisis de los códigos chilenos.

⁵⁷ Recogido en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 362-364.

⁵⁸ Recogido en Porfirio Barroso Asenjo (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, pp. 73-75 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 364-368.

⁵⁹ Recogido en Ma. del Mar López Talavera (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 406-413.

⁶⁰ Recogido en http://www.colegiodeperiodistas.cl/index.php?thtml=codigo_etica, consulta: 27-4-08 y en <http://www.ijnnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8286&LID=1>, consulta: 2-7-07.

CHILE	Int: Introducción a: artículo	Carta de Ética Periodística Colegio de Periodistas 1963	Actualización de la Carta de Ética Periodística Colegio de Periodistas 1968	Código de Ética del Colegio de Periodistas 1994	Actualización del Código de Ética del Colegio de Pe- riodistas Concepción, 1999
1	Criterio 1: La misión del periodismo es servir al derecho a la información (DI)			Int4	Int4
1A	El periodismo y los periodistas tienen la misión y el deber de atender al derecho univ. del público a la inform.				
1B	La libertad de expresión (LE) y de información es una libertad fundamental porque está al servicio del DI.				
1C	El DI es clave para el desarrollo de la persona y para una soc. democrát.			Int4	Int4
1D	Del derecho a la información del público dependen todos los derechos y deberes del periodista.				
1E	La información es un derecho fundamental y su titular es la persona .				
1F	El derecho a la información implica la facultad de investigar, difundir y recibir . El DI es universal e integral , implica las tres facultades				
1G	La información es un bien social no una mercancía.				
2	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad	(a2)-a4, a2, a7, a12, a7	a2, a4, a7, a10, a18, a19, a20, a21	a2, a5, a3, a6, a7, a22, a23, a25d, a25e, a25f, a30	a3, a6, a4, a9, a10, a25, a26, a28d, a28e, a28f, a32, a32
2A	La lib. de expr. y de inform. debe ejercerse con resp.; es para servir al DI.	(a2)-a4			
2B	La libertad es condición indispensable para servir al DI, por eso es obligación del periodista defenderla .	a2	a2, a4	a2, a5	a3, a6
2C	El periodista tiene que ser libre e independiente de presiones internas y tener garantías para ejercer con libertad (cláusula conc, secreto prof, condic. laborales dignas,...) y de pres. externas (poderes políticos, econ., judic.)	a7, a12	a7, a10, a18, a19, a20, a21	a3, a6, a7, a22, a23, a25d, a25e, a25f, a30	a4, a9, a10, a25, a26, a28d, a28e, a28f, a32, a32
2D	La legítima libertad de empresa y de orientación ideológica no puede ir en contra del objetivo de servir al derecho a la información verdadera.				

3	Criterio 3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	a1	a1	Int6, a1, Int4, Int4	Int6, a1, Int4, Int4
3A	La primera obligación del periodista es decir y respetar la verdad .	a1	a1	Int6, a1	Int6, a1
3B	El valor central de la información es la verdad, es constitutivo del mensaje.				
3C	La persona tiene el derecho a conocer la verdad de su realidad. No hay emancipación de la persona sin verdad.			Int4	Int4
3D	Conocer la verdad es imprescindible para una opinión pública libre y el desarrollo democrático.			Int4	Int4
4	Criterio 4: El límite principal del DI y de la libertad de información es el respeto a la dignidad de la persona.	a5, a6b, a6c, a6d, a6e	a8, a9c, a9d, a9e, a9f	a4, a25g, a25h, a26, a27	a5, a28g, a28h, a29, a30
4A	El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas como tales, no como masas.				
4B	El ciudadano es el sujeto que justifica todo el amparo y reforzamiento jurídico de la información.				
4C	El desarrollo de la persona y el bien común es la razón última del DI y de la libertad de información.				
4D	La libertad tiene límites : derechos de personalidad (honor, intimidad, imagen), protección infancia y juventud, la veracidad, el interés público.	a5, a6b, a6c, a6d, a6e	a8, a9c, a9d, a9e, a9f	a4, a25g, a25h, a26, a27	a5, a28g, a28h, a29, a30
5	Criterio 5: La garantía del autocontrol son mecanismos que lo tutelen.	a11	a5, a9, a17	Int2, a24	Int2, a27
5A	Los códigos deben contemplar, recomendar o ir acompañados de un organismo o procedimiento que garantice su cumplimiento y aplicación.			Int2	Int2
5B	Los códigos deben estipular o mencionar la necesidad de sanciones morales. La sanción más común es publicar rectificaciones y resoluciones.		a9		
5C	El código promueve el derecho de rectificación o de réplica, que es una forma de autocontrol.	a11	a17	a24	a27

IV. 3.5.2. Análisis evolutivo y comparado de los códigos chilenos.

Lo que podemos observar a primera vista es la evolución en la consideración del **primer criterio** sobre el derecho a la información, pues pasamos de ninguna referencia en los dos primeros códigos (1963, 1968) a una mención clara en los dos siguientes:

(Introducción, párrafo 6) El masivo acceso a información cierta, confiable, oportuna y permanente, fundamentalmente sin censura alguna, acerca de los derechos individuales y colectivos, como asimismo sobre el acontecer nacional e internacional, incide en la mantención [sic] y elevación de la dignidad y calidad de vida de las personas. Esto, a su vez, permite a todos los estratos de la ciudadanía informarse, optar y participar en la toma de decisiones y actuaciones de la Nación.

Aunque ésta es la única mención a este criterio, vemos que enfatiza la importancia de la información para el desarrollo de la persona al referirse a cómo aquélla eleva la dignidad y calidad de vida humana. Igualmente, expresa con claridad que la información posibilita la elección y participación en la toma de decisiones y actuaciones del Estado, refiriéndose al derecho ciudadano de participación en la vida democrática. Por lo tanto, si bien ambos códigos no utilizan la expresión derecho a la información, que es más amplia que el acceso a la información, sí queda reflejado en el texto el espíritu de ese derecho y que es uno de los fundamentos de la actividad periodística. Además, no es casual que aparezca en la Introducción del código, donde se suelen reflejar los fundamentos o conceptos clave que sustentan las normas deontológicas.

El **segundo criterio**, sobre la libertad como condición, es el más presente en los códigos y se observa igualmente una evolución desde 1963-1968 hasta 1994-99, marcada por un contexto político, en los noventa, de recuperación de la democracia y de una fuerte sensibilidad hacia las garantías internas y externas que los periodistas deben tener para ejercer libremente la profesión.

El código de 1963 expresa la importancia de que la libertad debe ser responsable y de que esta libertad está unida a la misión de informar. El art. 2 menciona que “Es deber imperativo del periodista evitar, por todos los medios, que se dicten disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de prensa.” Esta norma se complementa con lo que expone el art. 4: “El periodista debe anteponer la responsabilidad moral a cualquier otra. Su misión es informar correctamente [...]”. Es decir, que por un lado se está afirmando la importancia crucial de la libertad de expresión y por otro el deber de ser responsable y de informar.

El código de 1968, que es una actualización del de 1963, tiene varias referencias a la libertad de presiones que debe tener el periodista por parte de su empleador, de las fuentes, y de instituciones que pudieran galardonarlo, y a las garantías que debe poseer para ejercer su profesión en cuanto a salarios dignos y secreto profesional.

A la vez, este código introduce dos temas nuevos como es el de la actuación ética del periodista cuando trabaja en publicidad y en relaciones públicas.

El tema de la libertad y de las garantías que debe poseer el periodista se incrementa en los códigos de 1994 y 1999, en los que se detallan con exactitud varios aspectos que implican presión y pérdida de libertad del periodista:

Art. 25: Son faltas a la ética profesional:

Art. 25 d): La dictación o aplicación de normas de censura por parte de periodistas que ejerzan cargos de jefatura.

Art. 25 e): El soborno, el cohecho y la extorsión.

Las menciones a las presiones que puede tener el periodista, ya sea por parte de la empresa a través de la censura, o ya sea de tipo económico o político, consintiendo el soborno y el cohecho, que ya están presentes en el código de 1994, reflejan la realidad que vivió el periodismo desde 1973 hasta 1990, con la dictadura de Pinochet, y la pérdida de libertades.

Sobre el **tercer criterio**, acerca del deber fundamental de decir la verdad, la presencia del mismo en todos los códigos es muy significativa así como la evolución de los primeros códigos a los segundos, en los que aparece en varias ocasiones:

Art. 1. El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, del entendimiento mutuo, de los derechos humanos y de los ideales de perfeccionamiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. (Carta de Ética de 1963)

Art. 1. El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, de la justicia social, de los derechos humanos, de los ideales de perfeccionamiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. (Carta de Ética de 1968)

Introducción, párrafo 4. El masivo acceso a información cierta, confiable, oportuna y permanente, fundamentalmente sin censura alguna, [...] (Código de Ética de 1994 y de 1999)

Introducción, párrafo 6. En su calidad de orientadores de la opinión pública, los periodistas y los medios tienen la responsabilidad de informar verazmente acerca de los hechos, las opiniones y actos de los distintos actores sociales y sus consecuencias. [...] (Código de Ética de 1994 y de 1999)

Art. 1. Los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por el principio de la veracidad, entendida como una información responsable de los hechos. [...] (Código de Ética de 1994 y de 1999)

Hay que destacar que en todos los códigos el deber de decir la verdad figura en el primer artículo y en la introducción, lo cual demuestra la importancia crucial que se le otorga. La aparición repetida de esta obligación en los códigos de 1994 y de 1999 nos remite a la sensibilidad del país después de la dictadura.

En referencia al **cuarto criterio**, sobre la dignidad humana como límite al derecho a la información, se observa una importancia permanente de los derechos de personalidad (honor, intimidad, imagen) en todos los códigos, pero en este tema se vuelve a percibir una evolución muy significativa en el código de 1994, que además de mantener las protecciones presentes en los anteriores, añade otras:

Art. 25. Son faltas a la ética profesional:

- a. *La participación en violaciones a los derechos humanos.*
- b. *Utilizar imágenes de personas que atenten contra su dignidad humana y las convierta en productos mercantiles.*

Art. 26. El periodista debe mantener un incuestionable respeto a la dignidad y vida privada de las personas, evitando dejarse tentar por las posibilidades de invasión de la intimidad que le ofrecen las nuevas tecnologías.[...]

Por último, refiriéndonos al **quinto criterio** sobre el autocontrol y los mecanismos que lo garantizan, es destacable que en todos los códigos está presente el subcriterio 5C, es decir, el derecho de rectificación como forma de autocontrol:

Art. 11. Las rectificaciones deben entregarse al público en los plazos legales, sin entorpecer el derecho de respuesta. (Carta de Ética 1963)

Art. 17. Toda persona aludida en un medio de difusión tiene derecho a responder y los periodistas deben garantizar el más amplio ejercicio de esa facultad. Las rectificaciones deben entregarse al público en los plazos legales y sin adulteración en el texto. (Carta de Ética 1968)

Art. 24. El carácter de la profesión exige que el periodista acepte y promueva la participación del público en los órganos de difusión. Debe garantizar el derecho a réplica y publicar las rectificaciones en los plazos legales y sin adulteraciones. (Código de Ética 1994)

Art. 27. El periodista debe promover la participación del público en los órganos de difusión y en especial, que se garantice el derecho legal a réplica y se publiquen

las rectificaciones en los plazos legales y sin adulteración, aún cuando no exista una expresa petición del afectado. (Código de Ética 1999)

Entre los cuatro artículos se observa claramente una gradación desde la referencia sencilla de 1963, hasta la vinculación con la participación del público, en 1994, y la obligación del medio de rectificar aun sin petición del afectado. Vemos una creciente sensibilidad y exigencia en este derecho y también, por tanto, en la conciencia de autocontrol.

Hay que mencionar como aspecto vinculado con la exigencia de responsabilidad y con el autocontrol el tema de las sanciones. Observamos que en la carta de 1968 se menciona en varias ocasiones: “falta grave” (art. 5, 9, 21, 22) e incluso “acto muy grave” (art. 7). Esto contrasta con la carta de 1963, que no hace ninguna referencia a faltas, y al código de 1994, que menciona solamente la expresión “faltas” (art. 11, 20, 25). Estas expresiones, especialmente las de la carta de 1963, tienen un tono demasiado severo que recuerda al estilo judicial, totalmente distinto al estilo ético y al del autocontrol, cuya finalidad es más exhortativa.

Por último, destacar que en el código de 1994 y en el de 1999 se dedican varios artículos a la defensa del colegio y de los colegiados, agrupados en el apartado “Del periodista y sus pares”, en los que se muestra un espíritu de cuerpo muy acentuado y de promoción de la solidaridad y respeto entre los periodistas. Hoy puede parecer un tanto exagerada y obsoleta esta postura pero hay que contextualizarla en un momento de salida de la dictadura, en que tantos periodistas sufrieron vejamen, detención y asesinatos, y la necesidad de defender la profesión y sus derechos, recién recuperados, desde la fuerza de un cuerpo colegiado.

Como balance de este análisis, destacamos que hay una clara evolución en las dos etapas de los códigos estudiados, 1963-1968 y 1994-1999, hacia el enfoque del derecho a la información y del autocontrol. Este salto es explicable por la grave situación política de la dictadura (1973-1990) que pesa mucho en los códigos siguientes. Esto lo podemos ver reflejado en el énfasis puesto en la defensa de la verdad, en lucha por la libertad de prensa y expresión y en la derogación de las leyes restrictivas, así como también en la defensa a ultranza de los periodistas colegiados de todo daño o injusticia que pudieran sufrir.

IV.4. CONCLUSIONES.

Es evidente el salto cualitativo de los códigos después de los años 60 y 70, o a partir de 1990 en el caso de Chile, tras los períodos de dictadura tanto en este país como en Perú y Ecuador. Los textos, como ya se ha ido viendo por países, van incorporando con fuerza el binomio libertad-responsabilidad, la importancia del derecho a la información como fundamento y la necesidad del autocontrol ético.

Se observa también que la evolución y riqueza ética de los códigos corre paralela con el desarrollo de otros mecanismos de autocontrol complementarios a los textos deontológicos. Un caso ilustrativo es Perú, en el que el código más avanzado en el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol, por su énfasis en el derecho a la información, es justamente el documento “Principios de Lima”, aprobado en 2000 por el Consejo de la Prensa Peruana (CPP). El CPP es el consejo de la prensa de Perú y un mecanismo de autocontrol que goza de cierta respetabilidad y presencia en el entorno de los medios, puesto que lo conforman los diarios más importantes, además de algunos medios audiovisuales que poco a poco se van incorporando. A ellos se suma el aporte del código de la Federación de Periodistas del Perú, de 2001, que remite a un Tribunal de Honor y a su procedimiento, mecanismo ya presente en el código del Colegio de 1993.

Igualmente, el Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá, de enero de 2006, en el que se incluye un apartado sobre la responsabilidad social y en varios artículos se defienden las ventajas de la autorregulación frente a las posibles injerencias externas, guarda relación con la existencia de la Comisión de Ética del CPB.

Esta dinámica también es observable en el caso chileno, pues tanto en el código de 1994 como su actualización de 1999 es patente el derecho a la información y el autocontrol, con mención especial de la obligación de rectificar. Ambos códigos proceden del Colegio de Periodistas, que mantiene Tribunales regionales (TRED) y un Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED), que aunque no tiene un funcionamiento muy destacado, su existencia es ya un acicate para impulsar el ejercicio ético del periodismo. El TRINED, además, tiene su correlato en el ámbito empresarial en el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social, creado en 1991 por la Federación de Medios de Comunicación de Chile, y ante el que comparecen ya no los periodistas a título personal sino los responsables de los medios.

El caso de Ecuador ya hemos visto que es bastante atípico por el hecho de solo poseer un código, lo que contrasta con la existencia de tres asociaciones gremiales de ámbito nacional, ninguna de las cuales ha articulado un mecanismo de autocontrol.

Venezuela es otro caso particular por la situación política que vive desde 1999, con un gobierno populista y autoritario. Los códigos reflejan una evolución positiva hacia el autocontrol pero no se ha visto acompañado por la acción de mecanismos de autocontrol. El Colegio Nacional de Periodistas (CNP) cuenta con Tribunales Disciplinarios nacionales y seccionales pero, por un lado, no son efectivos, y, por el otro, el momento actual, en que los periodistas tienen tantos obstáculos para ejercer la libertad de expresión, no es el adecuado para su funcionamiento. A ello se suma la crisis que viene padeciendo el CNP desde 1998.

Capítulo V

RESPONSABILIDAD Y AUTOCONTROL EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA (I)

V.1. INTRODUCCIÓN.

Tras haber analizado y constatado la presencia del enfoque de la responsabilidad y del autocontrol en los códigos de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, vamos a ver si hay una correspondencia con el enfoque con que se enseña la ética periodística en las aulas universitarias de estos mismos países. Esta corroboración podría llevarnos a constatar la interrelación y reciprocidad entre ambos procesos: que la enseñanza de la ética contribuye al fortalecimiento de la deontología y del resto de mecanismos de autocontrol, y que éstos, por su relevancia social y efectividad, se convierten en obligado objeto de estudio tanto en las asignaturas de ética como de modo transversal en el currículo.

Esto lo vamos a hacer empleando dos estrategias metodológicas: aplicando una encuesta a los profesores de ética periodística de las facultades y escuelas de periodismo existentes en dichos países, que es el objeto de este capítulo, y analizando los programas académicos o syllabus de las materias que estos profesores imparten, objeto del capítulo VI. Debido a la extensión y al necesario uso de cuadros y tablas para representar gráficamente los resultados, desdoblamos el tema en dos capítulos para facilitar su lectura y revisión.

Con la primera estrategia, la aplicación de la encuesta, aparte de detectar la importancia y carácter de esta materia en los planes de estudio universitarios y de determinar el perfil de los profesores que la imparten, con todas las consecuencias que de ello se desprenden, analizaremos si el enfoque con el que se plantea la asignatura es el de la responsabilidad y el autocontrol.

Con la segunda estrategia, el análisis del programa de las materias, comprobaremos si en los contenidos de las asignaturas de ética periodística, concretamente en los objetivos, temario y bibliografía, se contemplan los cinco criterios en que hemos desglosado el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol.

V.2. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

El instrumento aplicado para recoger información de los profesores de ética periodística de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile fue una encuesta de 17

preguntas que, gracias a la rapidez y facilidad de las nuevas tecnologías, fue respondida en línea (www.utpl.edu.ec/encuesta).¹ El alojamiento web de la encuesta y todo el proceso de recepción en línea del cuestionario fue posible gracias al fundamental soporte técnico de la Unidad de Proyectos y Sistemas Informáticos de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador). Asimismo, en el procesamiento informático de los datos a través del programa SPSS fue crucial la labor del Centro de Asesoría y Desarrollo Empresarial (CADES) de dicha Universidad.

El modelo de encuesta estaba ya validado por ser un instrumento aplicado en una investigación similar en 2003 en las universidades del Estado de California (EEUU), realizada por el Profesor Porfirio Barroso, quien lo sometió, entre otros departamentos universitarios de California, a la aprobación del Markkula Center for Applied Ethics, adscrito a Santa Clara University.² No obstante, para nuestra investigación tuvimos que hacer algunas ligeras adaptaciones, especialmente en las opciones de temas de la pregunta 12 y, sobre todo, la inclusión de las preguntas 14, 15, 16 y 17, relativas al enfoque con el que el profesor plantea la asignatura, la importancia otorgada a los códigos y la percepción del nivel ético del periodismo del país.

La información que recopila la encuesta se puede agrupar en varios núcleos temáticos:

1. Datos informativos del docente: para establecer el perfil de los profesores de ética.
2. Datos informativos de la materia: para establecer la importancia que se le concede a la ética en los planes de estudio.
3. Metodología de enseñanza: para detectar las estrategias didácticas que se usan y compararlas posteriormente con otros estudios sobre este tema.³
4. Temas más valorados: para comprobar la presencia de contenidos relacionados con los cinco criterios del DI y el autocontrol.
5. Enfoque con el que el profesor plantea la asignatura: para determinar si es en mayor medida el de la responsabilidad o el de la Libertad de Expresión. La pregunta no está planteada de modo excluyente, sino entendiendo que los enfoques

¹ Ver Anexo 1.

² Cfr. Porfirio Barroso (2003): Informe-Memoria Becas Complutense del Amo, p. 77.

³ Dado que la presente investigación se centra en el análisis del enfoque y los temas que imparten los profesores, y su relación con la perspectiva ética de la responsabilidad y el autocontrol, de estos resultados solo se reflejan los porcentajes totales. Un análisis más profundo, por países y comparado, se realizará en futuras investigaciones.

son muchas veces mixtos pero con mayor tendencia hacia una perspectiva que a otra, o a otras perspectivas distintas.

6. Los códigos más utilizados: para identificar qué textos deontológicos son los más comunes y valorados por los docentes, lo cual ofrece datos significativos de la perspectiva que éstos tienen.
7. La percepción sobre el nivel ético del periodismo del país y en qué medida los códigos contribuyen a mejorarlo.

El ámbito de aplicación de la encuesta fue todo el universo, es decir, la totalidad de facultades y escuelas de comunicación social que imparten la materia de ética en Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, que suman un total de 160 centros universitarios.⁴ Una vez censados dichos centros, se procedió a contactarlos por correo electrónico, telefónicamente y, en algunos casos, personalmente, con la finalidad de localizar a los docentes de la materia.⁵ Esta parte de la determinación del universo de la encuesta no fue fácil ni rápido debido a la desactualización de las páginas web y a que en la mayoría no constaban los directorios de profesores, por eso hubo que enviar primero una carta de presentación a los decanos o directores solicitándoles su colaboración en la investigación, para que, a su vez, la remitieran a los docentes en cuestión.

El período de aplicación de la encuesta fue de enero de 2007 a mayo de 2008, tiempo bastante extenso debido a las dificultades mencionadas para contactar eficazmente a los profesores, lo cual nos obligó a remitir varias veces la carta, hacer llamadas telefónicas y pedir el apoyo de algunos docentes.

No obstante, a lo largo del proceso de investigación identificamos a ciertos profesores que resultaron ser valiosas fuentes de información por su carácter de investigadores o de promotores de actividades significativas dentro del área. Podemos mencionar a Javier Darío Restrepo (Colombia), prestigioso periodista y experto en Ética, responsable del Consultorio Ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, de Gabriel García Márquez; el Profesor Abraham Santibáñez, de la Universidad Diego Portales (Chile),

⁴ Ver los Anexos del 2 al 6 con el listado de todas las universidades que cuentan con Facultades o Escuelas de Comunicación Social o Periodismo y que contemplan la materia de ética periodística o equivalente en su plan de estudios.

⁵ Hay que mencionar la importante colaboración recibida de algunos profesores y Universidades: Profesora Rosa Zeta, de la Universidad de Piura (Perú), gracias a la cual pudimos conseguir la colaboración de casi todas las facultades peruanas; Profesor Mario Urzúa, de la Universidad Católica de la Santísima Concepción (Chile); Profesora Martha Luz Forero, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, y María Cristina Martínez, alumna de último año de dicha universidad, y la Profesora Diana Rivera, profesora-investigadora de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador).

experimentado periodista y docente de ética, que fue miembro del Tribunal Nacional de Ética y Disciplina del Colegio de Periodistas de Chile y del Consejo de Ética de los Medios; el Profesor Max Römer, destacado académico, director de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela) y Presidente del Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación, que funcionó hasta septiembre de 2006; la Profesora Rosa Zeta, de la Universidad de Piura (Perú), docente e investigadora en ética periodística de gran experiencia; el Profesor Amador Navarrete, de la Universidad San Martín de Porres (Perú), periodista y académico de larga trayectoria y ex directivo de varios gremios profesionales, y al Profesor Mario Urzúa Aracena, de la Universidad Católica Santísima Concepción (Chile), experimentado académico e investigador de ética periodística. Además, recibimos el apoyo del director de esta investigación, Profesor Porfirio Barroso, quien durante su estancia de verano en Perú, Ecuador y Colombia logró la colaboración de algunos profesores de dichos países. Los aportes personales de todos ellos y el apoyo brindado para motivar a otros docentes a que colaborasen contestando la encuesta y enviando su programa académico constituyeron una contribución fundamental.

Por último, hay que mencionar como logro y aporte significativo de esta investigación, el alto porcentaje de respuesta conseguido en la aplicación de la encuesta a profesores de ética periodística de cada país: Perú (91%), Ecuador (73,5%), Colombia (69%), Venezuela (83%) y Chile (56,3%), dando un promedio del 74,5%. Los resultados numéricos globales son los siguientes:

Universidades contactadas	Nº de Universidades que respondieron	Nº de Profesores que respondieron	Nº de Syllabus obtenidos
157/160 ⁶ 98%	111/151 ⁷ 74%	120	90/143 ⁸ 63%

⁶ Facultades y Escuelas de Comunicación Social o Periodismo que fueron contactadas y que disponen de la materia de Ética Periodística o su equivalente (de un total de 160 facultades entre los cinco países). Todas ellas fueron contactadas numerosas veces por correo electrónico, por teléfono y personalmente, esto último sobre todo en Ecuador, Perú y Chile.

⁷ En el universo que se tuvo en cuenta para la aplicación de la encuesta, se incluyeron aquellas universidades que aunque no tienen la materia en su currículum imparten los contenidos en otras materias y aquellas que disponen de profesor especializado de la materia, pese a no impartirla aún por ser carrera nueva.

⁸ En el análisis de los syllabus se excluyen del universo a aquellas universidades que no tienen la materia en su plan de estudios o que todavía no la imparten por ser una carrera de reciente creación.

El elevado número de encuestas contestadas y de syllabus recibidos, y los importantes porcentajes que representan, creemos que demuestran el gran interés existente en la región andina por la enseñanza de la ética periodística y que el análisis de los mismos puede ser un aporte significativo para la mejora de dicha especialidad formativa en las carreras de Periodismo y Comunicación Social y a alimentar las futuras investigaciones en este campo.

V.3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE PERÚ.

V.3.1. Universo de la encuesta.

En el cuadro siguiente resumimos los datos numéricos del número de facultades y escuelas universitarias de Comunicación que constituían el universo así como el porcentaje de respuesta logrado:

Número de universidades en Perú	71 ⁹
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	36
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la ética periodística como materia en pregrado.	34 (94%)
Facultades/Escuelas de Comunicación excluidas del estudio ¹⁰ .	2
Número total de Facultades/Escuelas de Comunicación que constituyeron el universo del estudio.	34
Número de Facultades/Escuelas de Comunicación que respondieron a la encuesta	31
Porcentaje de respuesta	91%

V.3.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.

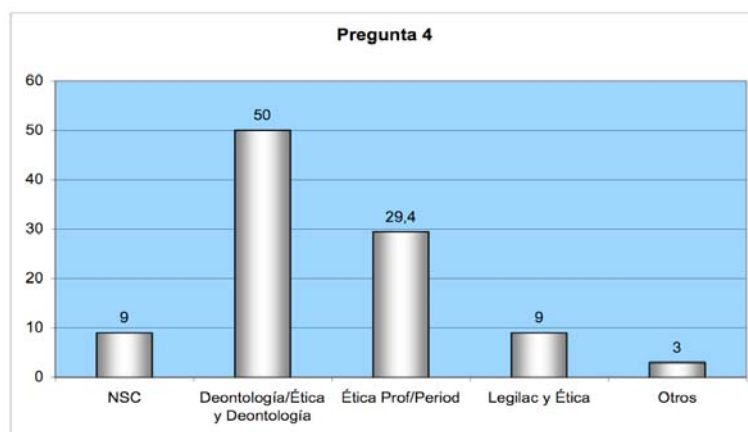
Pregunta 4a. La ética periodística o de la comunicación es: Una asignatura específica del plan de estudios. ¿cuál?¹¹

⁹ Información obtenida de la Asamblea Nacional de Rectores, organismo público peruano encargado de coordinar la actividad universitaria del país.

http://www.anr.edu.pe/index.php?option=com_frontpage&Itemid=44. Enero 2007, y contrastado con el directorio proporcionado por la profesora Rosa Zeta, de la Universidad de Piura (Perú), y con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

¹⁰ Desde un principio, excluimos del estudio a la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo) porque la carrera de Comunicación Social era reciente y no ofertaban aún la materia de ética periodística, y la Universidad Señor de Sipán (Chiclayo), de la cual conocimos que la ética periodística se contemplaba como eje transversal.

¹¹ En esta pregunta se han incluido los datos obtenidos de los syllabus de las universidades así como de las páginas web de aquellas que no enviaron ninguna información, por lo que los resultados corresponden al total de facultades y escuelas de periodismo (ver anexo 2).



Perú

Pregunta 8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte?

1. Pregrado: 78,8%
2. Pregrado y Postgrado: 21,2%

Pregunta 9a. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse en pregrado?

1. Pregrado: Sí: 100%
2. Postgrado: Sí: 21,2 %

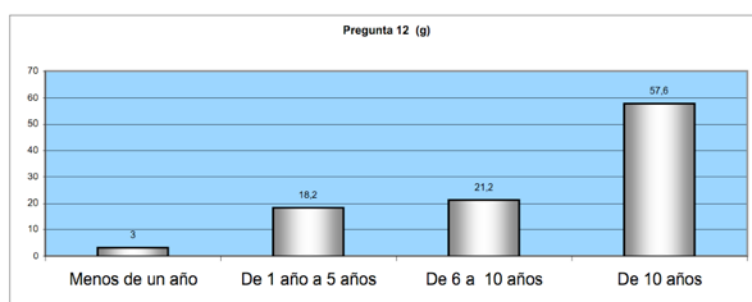
Análisis:

En primer lugar, hay que mencionar la generalizada implantación de la materia de ética profesional en los planes de estudio de pregrado (94%), como consta en la Tabla de universidades peruanas (Anexo 2), lo cual es un indicador muy positivo de la relevancia que se le concede a esta asignatura. A ello se añade que dicha asignatura tiene carácter obligatorio en todas las facultades de comunicación peruanas encuestadas (91%).

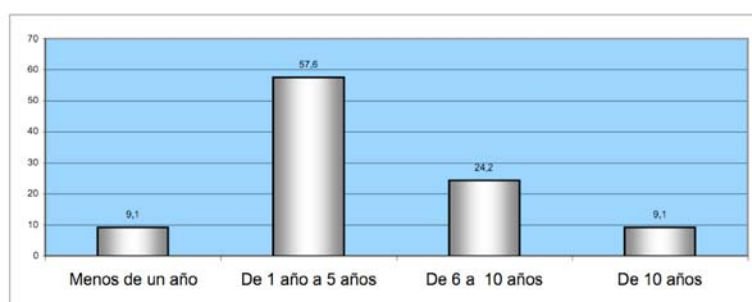
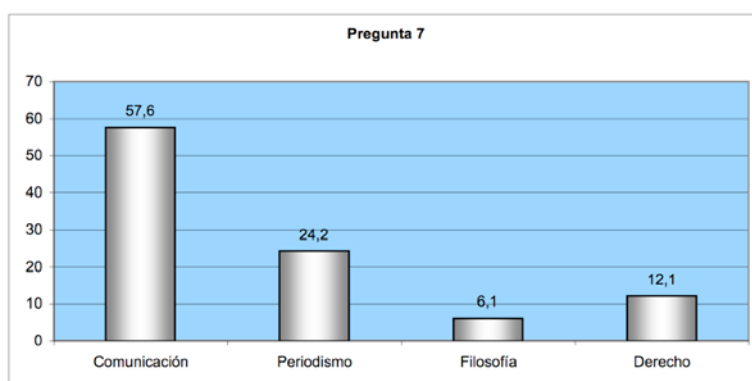
Respecto de la materia en el nivel de postgrado, es significativo que un 21,2% de las universidades encuestadas contemplen la materia y de modo obligatorio.

En cuanto a la denominación de la materia vemos que la predominante es 'Ética y Deontología' o 'Deontología' y después 'Ética Profesional' y 'Ética Periodística'. Estos datos revelan la importancia concedida a la formación deontológica de los estudiantes y al conocimiento de los deberes prácticos de la profesión, así como a la solución de los dilemas éticos que plantea el ejercicio periodístico. Se trata de un enfoque que prioriza la aplicación práctica sobre la reflexión filosófica o de fundamentación y que delimita su campo respecto del campo jurídico, no solo en el nombre de la materia (tan solo una universidad la denomina 'Legislación y Ética') sino en el índice de temas, como veremos en el análisis de los syllabus.

V.3.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.

Pregunta 5. ¿Cuánto tiempo tiene de experiencia como profesor universitario?

Perú

Pregunta 6. ¿Cuántos años lleva enseñando ética periodística, de comunicación o algo equivalente?**Pregunta 7.** ¿Qué carrera universitaria ha cursado usted?**Análisis:**

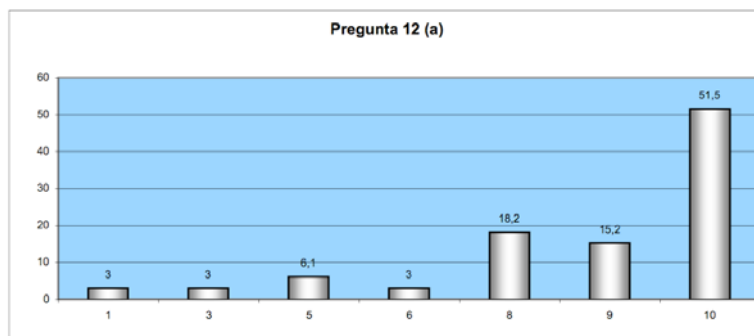
A la vista de los resultados observamos que el profesorado que imparte la materia es en su mayoría bastante experimentado, pues tiene más de diez años de docencia universitaria. En cuanto a la experiencia en la materia, la mayoría (57,6%) se sitúa en el rango de uno a cinco años. Entre los que la imparten de seis a diez años y más de diez suman un 33%. Nos encontramos, por tanto, con un profesorado con una buena trayectoria en la enseñanza de la ética.

Otro dato significativo es su formación universitaria, pues en su gran mayoría, sumando los titulados como comunicadores y los titulados como periodistas, representan el 72%, frente a los filósofos (6%) y los abogados (12%). Esto explica que la materia esté tan centrada en la práctica profesional concreta y sus dilemas éticos, como hemos comentado más arriba.

V.3.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.

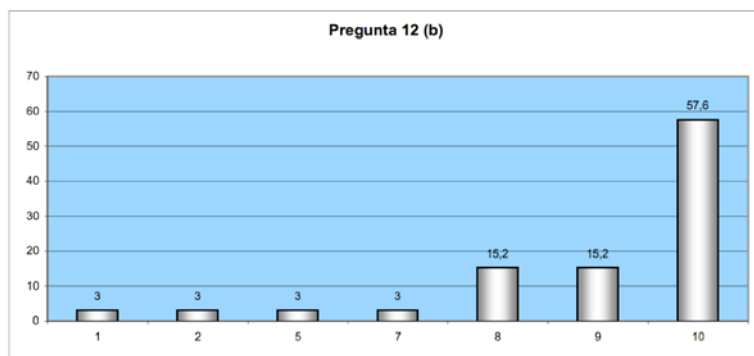
Pregunta 12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) al 10 (muy importante).

12. a. Libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad.

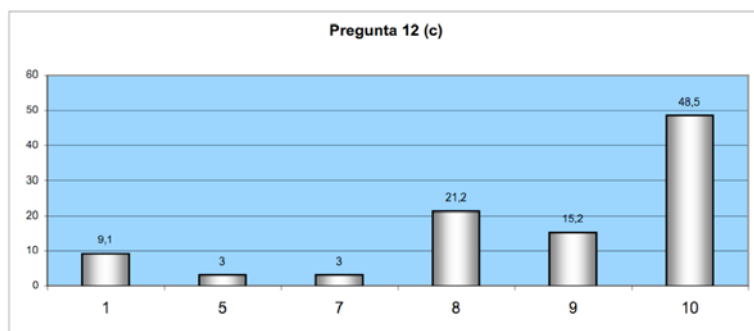


Perú

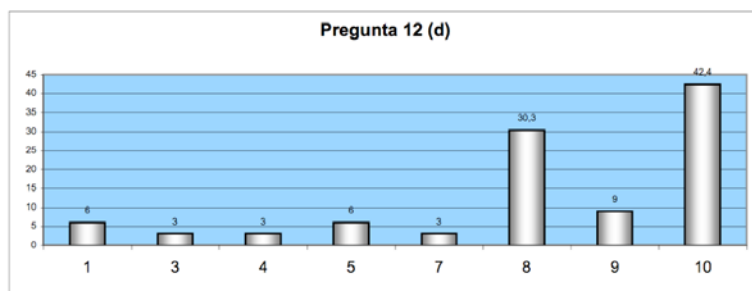
12.b. La responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios.



12.c. Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar.

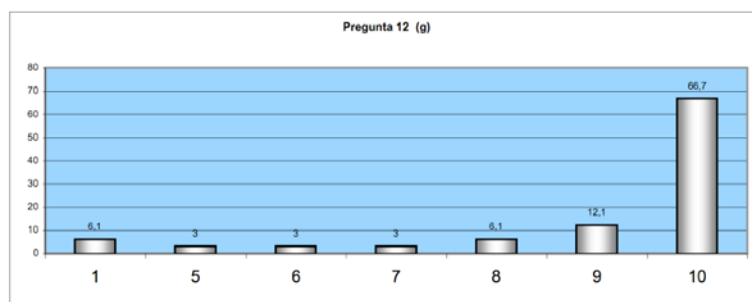
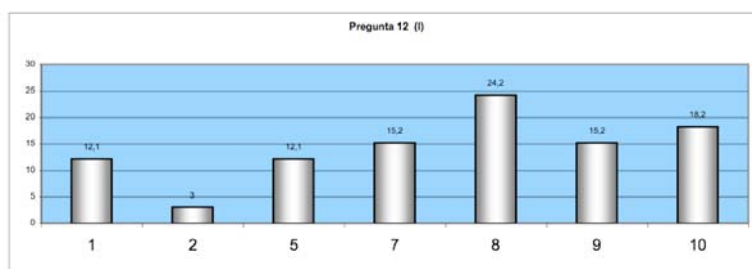


12.d. Código de ética periodística.

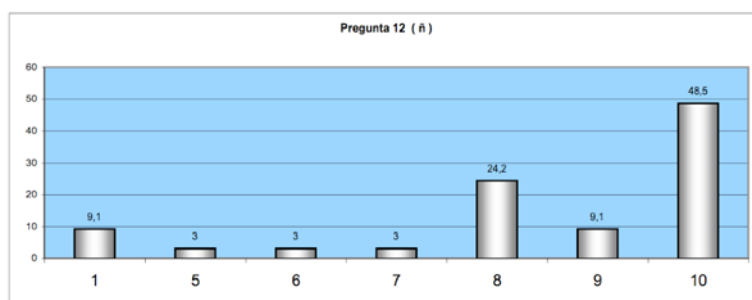


Perú

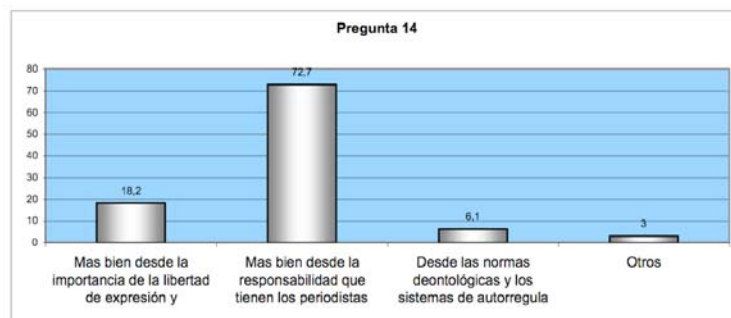
12.g. La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud.

12. i. Corrección de errores y derecho de rectificación y de réplica.
Defensor del lector (*ombudsman*) y otros mecanismos.

12.ñ. Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad

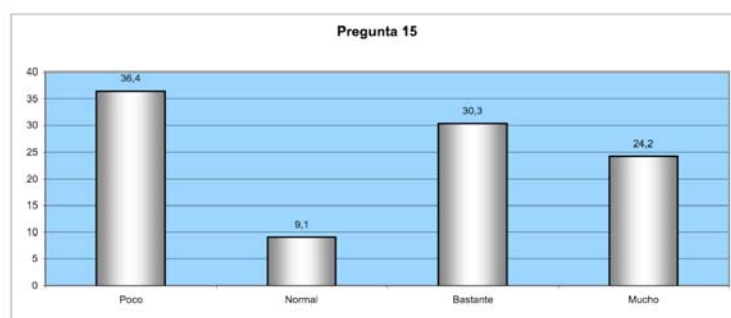


Pregunta 14. ¿Cuál es el enfoque con el que cree Ud. que se debe impartir la Ética Periodística?

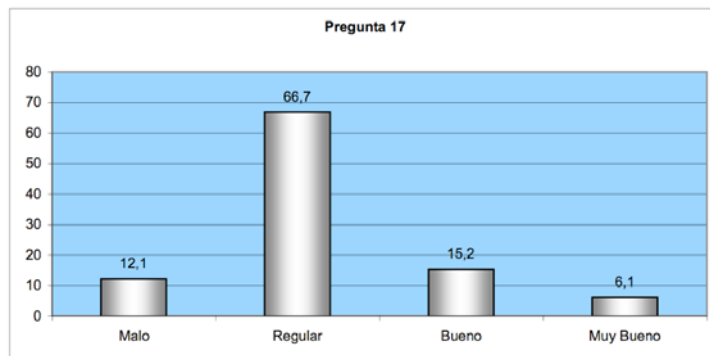


Perú

Pregunta 15. ¿En qué medida cree Ud. que los códigos éticos contribuyen a mejorar la práctica periodística de su país?



Pregunta 17. El nivel ético del periodismo de su país Ud. lo considera:



Análisis:

Respecto de los temas que obtuvieron la máxima calificación, es muy significativo que coincidan los siguientes: ‘La responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios’ (57,6%) y ‘La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud’ (66,7%), por delante de ‘La libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad’ (51,5%). Esto guarda relación con el resultado de la pregunta 14 acerca del enfoque adoptado, pues un 72,7% de los profesores escogieron la perspectiva de ‘La responsabilidad que tienen los periodistas para atender al derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad y a ser informado con objetividad’, frente al 18,2% que

escogieron la perspectiva de “La importancia de la libertad de expresión y de información frente a los límites que impiden al periodista informar con verdad y objetividad”.

Otros temas muy valorados y que guardan relación con el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol son: ‘Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar.’ (48,5%), ‘Corrección de errores y derecho de rectificación y de réplica. Defensor del lector y otros mecanismos’ (57,6% entre las calificaciones de 8, 9 y 10) y la ‘Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad’ (48,5%).

Por otro lado, parecería haber una contradicción entre el escaso porcentaje obtenido por la perspectiva de ‘Las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación implantados en el país, con apenas el 6,1% (pregunta 14) y la valoración del tema ‘Códigos de ética periodística’, en la pregunta 12, pues sumó un 80% entre las calificaciones de 8, 9 y 10. Hay que tener en cuenta que la pregunta 14 implicaba escoger una única respuesta y que la opción más elegida (la responsabilidad con el derecho a la información) en realidad incluye a la opción de la deontología y la autorregulación, pues es la que la fundamenta y tiene un sentido más amplio que el de la deontología. Por eso, el hecho de que el tema de los códigos haya sido tan bien calificado es muestra de la importancia que se le da en los temarios de la asignatura.

La importancia de los códigos se corrobora con los resultados de la pregunta 15, sobre el aporte de los códigos en la mejora de la práctica periodística, pues entre los que respondieron ‘bastante’ y ‘mucho’ suman 54,5%, frente al 38,4% que creen que el aporte es ‘poco’.

Por último, hay que destacar la visión crítica que tienen los docentes peruanos acerca del periodismo de su país pues un amplio 66,7% afirma que el nivel ético del mismo es ‘regular’, frente al bajo 15,2% que dice que es ‘bueno’, por comparar las categorías más moderadas de la escala. Una lectura de este resultado es que todavía falta mucho desarrollo del autocontrol en Perú, a pesar de ser uno de los países en que está más adelantado. Una acción bien sustentada y ejecutada desde los propios medios que comprometa a todos los involucrados debería mejorar sustancialmente la práctica periodística y de los medios en general.

V.4. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE ECUADOR.

V.4.1. Universo de la encuesta.

En el cuadro siguiente resumimos los datos numéricos del número de facultades y escuelas universitarias de Comunicación que constituían el universo así como el porcentaje de respuesta logrado:

Número de universidades en Ecuador ¹²	74
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	35
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la ética periodística como materia en pregrado ¹³	34 (97%)
Facultades/Escuelas de Comunicación excluidas del estudio. ¹⁴	1
Total de Facultades/Escuelas que componen el universo	34
Número de Facultades/Escuelas de Comunicación que respondieron a la encuesta	25
Porcentaje de respuesta	73,5%

V.4.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.

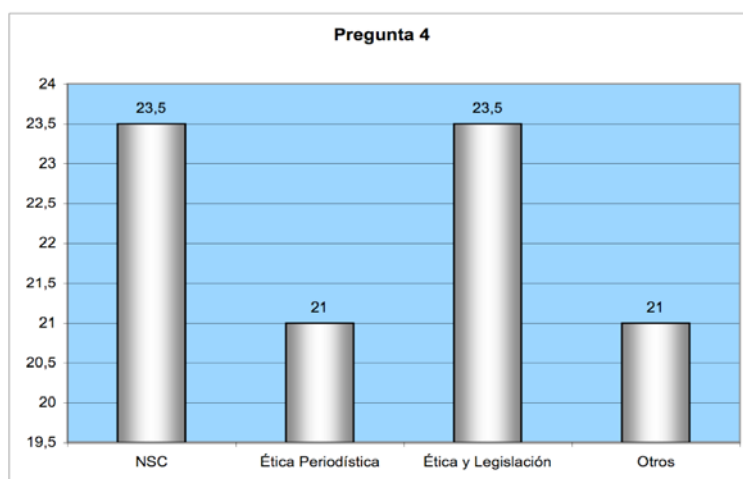
Pregunta 4a. La ética periodística o de la comunicación es: Una asignatura específica del plan de estudios. ¿cuál?¹⁵

¹² Información oficial obtenida de la web del Consejo Nacional de Educación Superior: http://www.conesup.net/lista_universidades.php, consulta: 30-4-07, y contrastado con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

¹³ Se trata de la Universidad Nacional de Loja, pero la contemplamos en la encuesta en cuanto que imparten la ética periodística integrada en otra materia de la carrera.

¹⁴ Excluimos del estudio a la Universidad Internacional del Ecuador (Quito) que al momento de la investigación no ofertaba todavía la materia de ética profesional y por ello decidieron no participar en la investigación, según información proporcionada por el Decano de la Facultad de CC Sociales y Comunicación, Diego Gómez, en conversación virtual del 15-10-07.

¹⁵ En esta pregunta se han incluido los datos obtenidos de los syllabus de las universidades así como de las páginas web de aquellas que no enviaron ninguna información, por lo que los resultados corresponden al total de facultades y escuelas de periodismo (ver anexo 3). La categoría NSC (no sabe no contesta) es alta porque las universidades que no enviaron información tampoco publicaban información específica en su web.



Ecuador

Pregunta 8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte?

1. Pregrado: 96 %
2. Pregrado y Postgrado: 4 %

Pregunta 9a. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse en pregrado?

1. Pregrado: Sí: 96,3 % No: 3,7%

Análisis:

De este primer bloque de preguntas constatamos que la materia de Ética Periodística tiene una importante presencia en los planes de estudio universitarios, pues la incluyen el 97% de las facultades de comunicación social (34), según la Tabla 2 (Anexos) y de las que respondieron a la encuesta (24) un 96,3% manifestó que la materia era obligatoria. En postgrado solo se contempla la materia en una universidad (Universidad Técnica Particular de Loja) donde es obligatoria para graduarse. De todos modos hay que mencionar que los postgrados en comunicación o en periodismo no están aún muy extendidos en Ecuador pues tan solo 7 universidades de las 24 que contestaron cuentan con alguno.

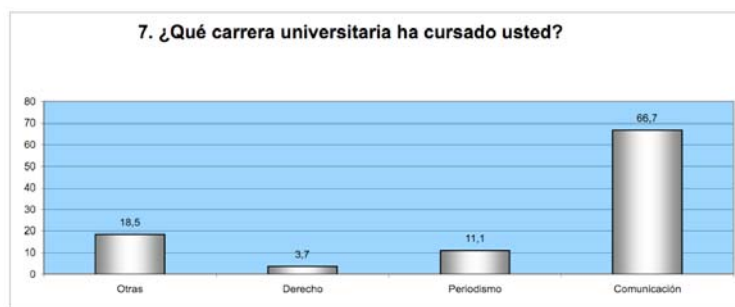
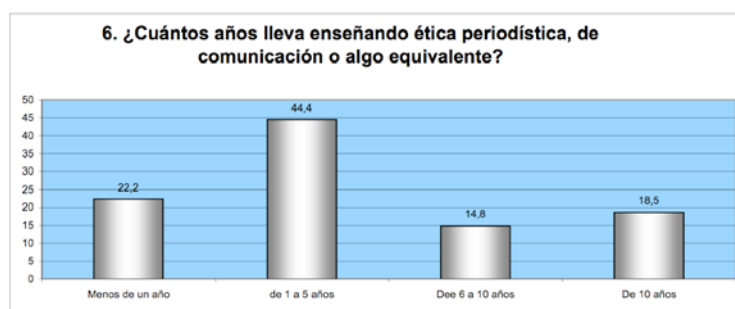
Respecto de la denominación de la materia, hay un predominio de las materias con el nombre de 'Ética Periodística' (21%) y las que llevan el término 'Ética' en diversas formas (18%). Le sigue la denominación de 'Ética y Legislación de la Comunicación' (23,5%). Es significativo que aparezca más la palabra ética, que el término 'Deontología', tan presente en Perú. Pese a que la mayoría de los syllabus ecuatorianos abordan las cuestiones deontológicas y el análisis de códigos, la ausencia del término en el nombre denota todavía una falta de cultura deontológica de Ecuador, a lo que se suma la existencia de un solo código nacional. A la vez, también destacamos la tendencia a estudiar conjuntamente la ética y el derecho, lo cual puede deberse en algunos casos a razones estrictamente prácticas

de falta de espacio curricular para impartirlo separadamente, pero pensamos que sobre todo obedece a la tendencia a darle más importancia al campo legal que al ético. De hecho, frente a la escasez de códigos éticos —aparte del de la Federación de Periodistas hemos conocido que solo siete medios cuentan con uno— la legislación en todos los ámbitos es considerada en el país como excesiva.

V.4.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.



Ecuador



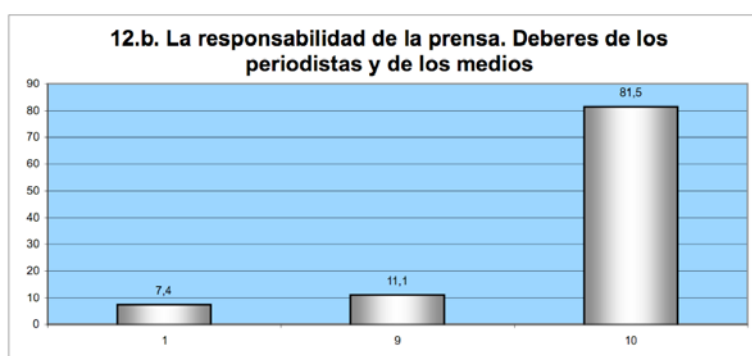
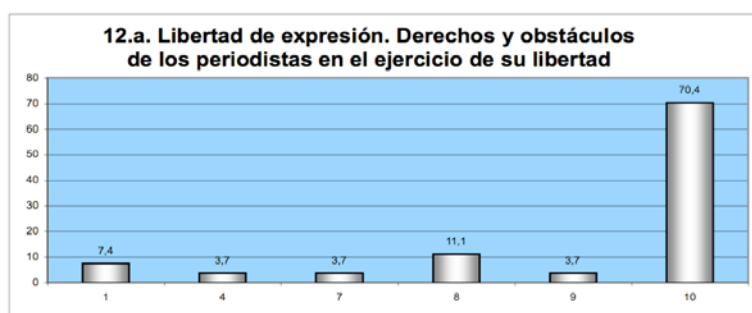
Análisis:

Respecto al perfil del profesor de ética, observamos que la mayoría (63%) son docentes universitarios de una larga trayectoria superior a diez años y otro porcentaje importante (44,4%) con cierta experiencia adquirida en ética periodística, de entre 1 a 5 años. Sumados éstos con los que imparten la materia de 6 a 10 años y más de 10 años dan un total de 77,4%, lo cual demuestra que nos encontramos con un grupo de profesores veterano.

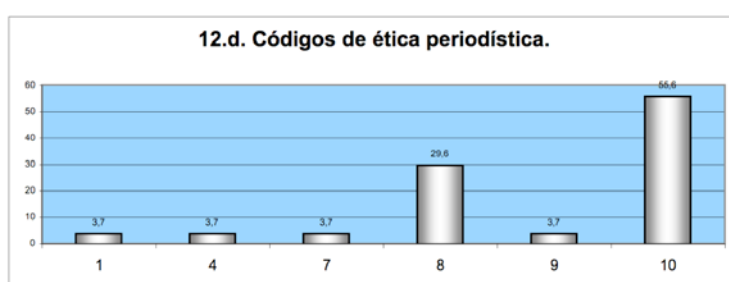
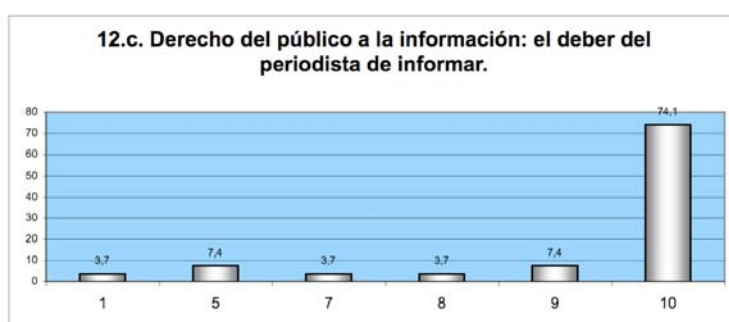
Por otro lado, los profesores con titulación de comunicación (65,7%) y periodismo (11,1%) representan la gran mayoría, hecho que puede ser una causa de la orientación de la materia a los resolución de los dilemas éticos más concretos de la profesión, más que a la fundamentación filosófica.

V.4.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.

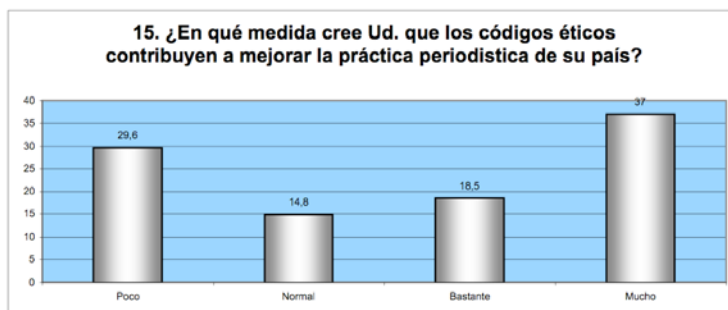
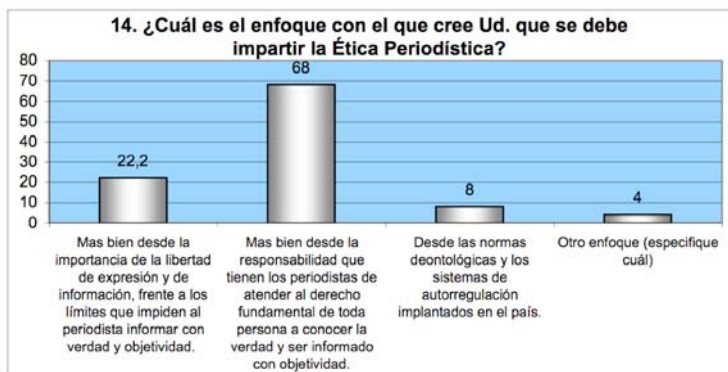
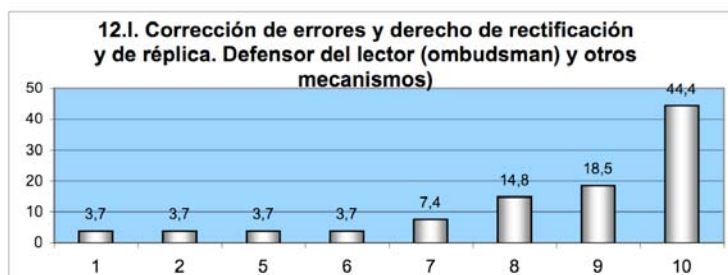
Pregunta 12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) al 10 (muy importante).

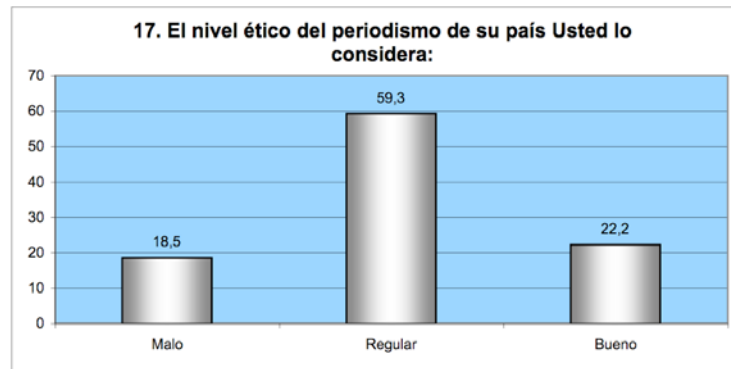


Ecuador



Ecuador





Ecuador

Análisis:

En los temas más valorados por los docentes, en una escala del 1 (menos) al 10 (más) es significativo el alto porcentaje otorgado al tema 12b (La responsabilidad de la prensa), pues un 81,5% le da la máxima puntuación, así como los temas 12c (El derecho del público a la información) y 12g (responsabilidad con la verdad y la exactitud), ambos con un 74,1%, frente al 70,4% obtenido por el 12a (La libertad de expresión).

Esta fuerte orientación a enfatizar la responsabilidad de la prensa es también visible en la pregunta 14, en la que un 68% de docentes prefiere enfocar la materia desde esa perspectiva, frente a un 22,2% que la enfoca desde la libertad de expresión.

El tratamiento de los códigos tiene una valoración más moderada pero alta, pues el 80% de encuestados los califican entre 8 y 10 puntos. Igualmente, en el tema de la corrección de errores y derecho de rectificación el 78% de respuestas está entre las calificaciones de 8, 9 y 10, lo cual también es un puntaje alto.

La atención dedicada a los códigos éticos en los syllabus guarda relación con la confianza puesta en sus efectos, pues un 37% confía mucho en su contribución frente a un 29,5% que confía poco.

En referencia a la opinión sobre el nivel ético del periodismo una mayoría (59,3%) opina que es regular, muy por encima de los que opinan que es bueno (22,2%) o que es malo (18,5%). Esto demuestra una percepción bastante crítica con el la práctica periodística del país.

V.5. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE COLOMBIA.

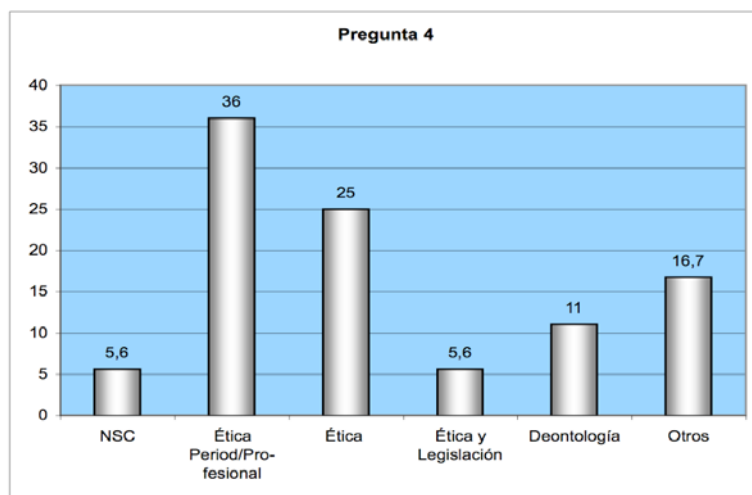
V.5.1. Universo de la encuesta.

En el cuadro siguiente resumimos los datos del número de facultades y escuelas universitarias de Comunicación Social-Periodismo que constituían el universo así como el porcentaje de respuesta logrado:

Número de universidades en Colombia ¹⁶	73
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social (38 de pregrado y 1 de postgrado)	39
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la ética periodística como materia en pregrado.	36 (95%)
Total de Facultades/Escuelas que componen el universo ¹⁷	39
Número de Facultades/Escuelas de Comunicación que respondieron a la encuesta	27
Porcentaje de respuesta	69%

V.5.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.

Pregunta 4a. La ética periodística o de la comunicación es: Una asignatura específica del plan de estudios. ¿cuál?¹⁸



Colombia

¹⁶ Información obtenida del Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior, organismo estatal: <http://www.icetex.gov.co/BancoConocimiento/U/Universidades/colombia.htm>, consulta: 18-11-07, y contrastado con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y con el directorio de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social (AFACOM).

¹⁷ Ver Anexo 4: Tabla de Facultad y Escuelas de Comunicación Social-Periodismo de Colombia.

¹⁸ En esta pregunta se han incluido los datos obtenidos de los syllabus de las universidades así como de las páginas web de aquellas que no enviaron ninguna información, por lo que los resultados corresponden al total de facultades y escuelas de periodismo (ver anexo 4).

Pregunta 8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte?

- | | |
|--------------------------|--------|
| 1. Pregrado: | 78,6 % |
| 2. Pregrado y Postgrado: | 21,4 % |

Pregunta 9a. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse en pregrado?

- | | | |
|---------------|-----------|----------|
| 1. Pregrado: | Sí: 100 % | No: |
| 2. Postgrado: | Sí: 41 % | No: 59 % |

Análisis:

Al igual que hemos visto en Perú y en Ecuador, la materia de Ética Periodística, o la denominación equivalente que se utilice, tiene una implantación generalizada en los planes de estudios de Comunicación en Colombia, con un 95%, lo cual es un dato altamente positivo (ver Anexo 4).

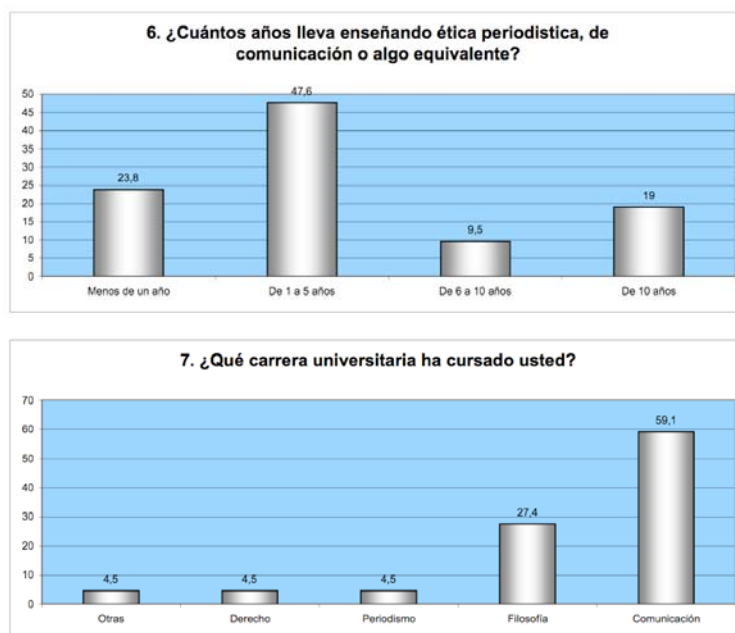
En referencia a las denominaciones utilizadas, la que predomina es la de ‘Ética Profesional’ y ‘Ética Periodística’, en un 36%, seguida de ‘Ética’, en un 27% de las facultades, dato que corresponde con los contenidos de la materia en la mayoría de universidades colombianas, que versa en un porcentaje alto sobre temas de ética general (conceptos, teorías éticas, fundamentación de la moral), como veremos en el análisis de los syllabus. Es significativo lo poco que se emplea el término ‘Deontología’, lo cual nos remite a la poca tradición que hay en este tema, y la delimitación que se hace entre ética y derecho, pues tan solo en dos casos hay materias que unan en el nombre de la materia los dos campos (Universidad de Antioquia y Universidad Central).

Por otro lado, la relevancia concedida a la materia en los planes de estudio de postgrado lo demuestra su carácter obligatorio en el 100% de las universidades que cuentan con ella así como un 41% en postgrados, dato importante en comparación con otros países, que además evidencia la consolidación de esta materia en las facultades de comunicación del país.

V.5.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.



Colombia



Colombia

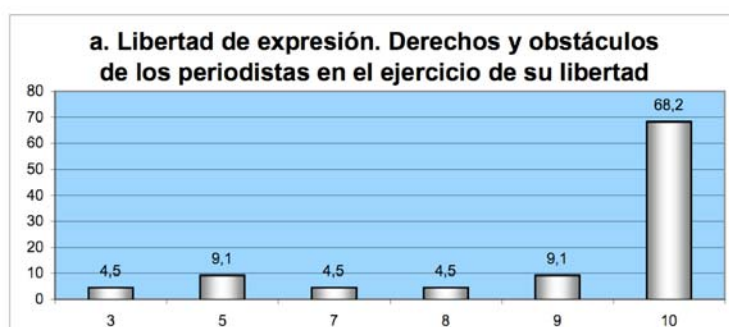
Análisis:

Respecto del profesorado, un amplio porcentaje del 71,4% tiene más de diez años de experiencia, lo cual implica que nos encontramos antes docentes de mucha trayectoria. La experiencia en la materia de ética es menor, pues casi la mitad llevan entre uno y cinco años impartíendola.

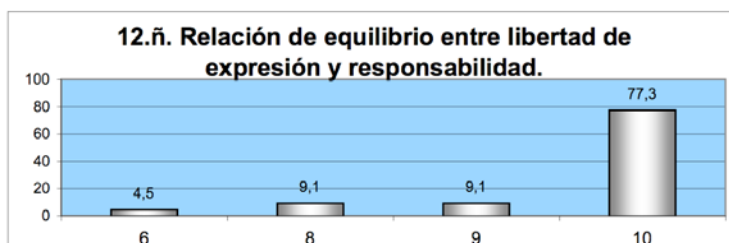
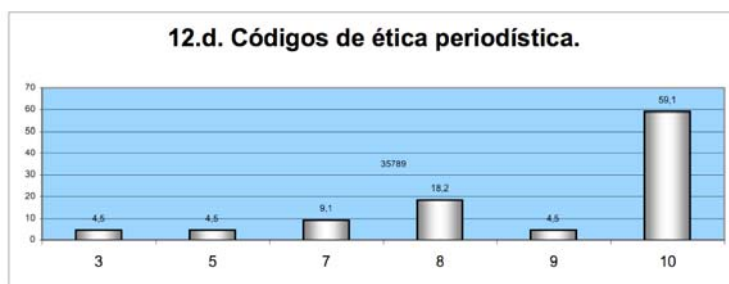
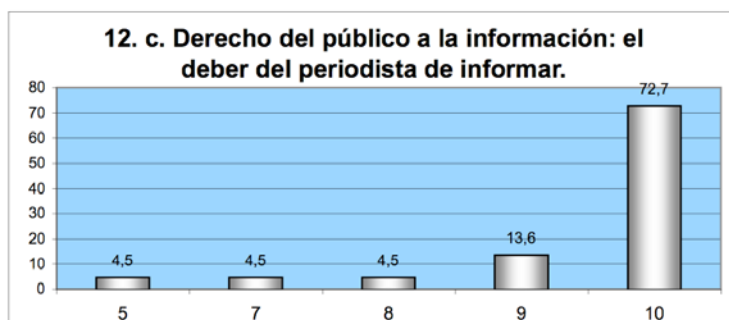
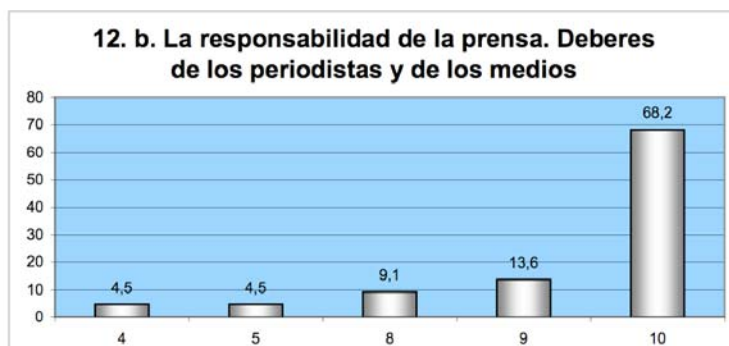
Por otro lado, predominan los profesores comunicadores (59,1%) y periodistas (4,5%) pero el grupo de profesores filósofos (27,4%) es bastante numeroso respecto a los otros países, lo cual es otro dato que explica la importante carga filosófica en las materias de ética periodística de Colombia.

V.5.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.

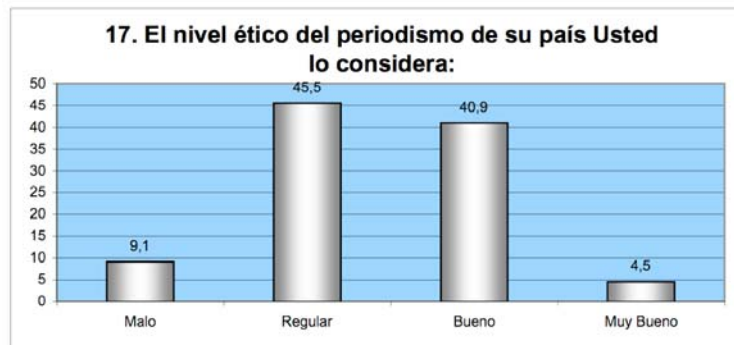
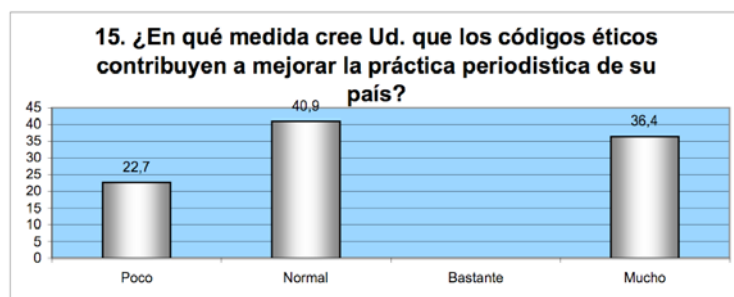
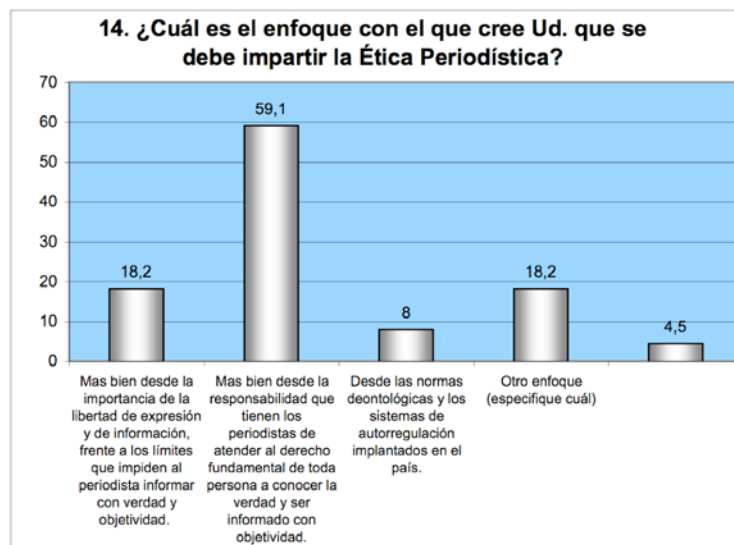
Pregunta 12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) a 10 (muy importante).



Colombia



Colombia



Análisis:

Es destacable la importancia que le conceden los docentes al tema 12.c. (Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar) pues un 72,7% lo califica con la máxima puntuación, el mismo puntaje que el tema 12.g (La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud) y que al tema 12.ñ (Equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad), aunque éste último es el más valorado (77,3%). Esto revela la clara tendencia de los docentes a reflexionar sobre la responsabilidad que tienen los periodistas frente a su público y el derecho a la información del mismo y al equilibrio que debe haber con la libertad.

Esto guarda relación con la amplia mayoría de docentes (59,1%) que enfoca la materia desde la responsabilidad con el derecho a la verdad de toda persona, frente a los que enfocan la materia desde la libertad de expresión (18,2%) o desde otro enfoque (18,2%), grupo éste más numeroso que en otros países.

Sobre la confianza en los códigos éticos, las opiniones se dividen entre ‘normal’ (40,9%) y ‘mucho’ (36,4%), lo cual refleja un grado de aceptación considerable de los mismos, teniendo en cuenta que el tema de códigos fue puntuado con la máxima calificación por un 59,1% de docentes, que es un porcentaje alto.

La opinión sobre el nivel ético del periodismo del país se divide entre las dos valoraciones moderadas: ‘regular’ (45,5%) y ‘bueno’ (40,9%), con lo cual vemos una apreciación menos crítica que los profesores de otros países.

V.6. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE VENEZUELA.

V.6.1. Universo de la encuesta.

En el cuadro siguiente resumimos los datos numéricos del número de facultades y escuelas universitarias de Comunicación que constituían el universo así como el porcentaje de respuesta logrado:

Número de universidades en Venezuela ¹⁹	47
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	15
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la materia de ética periodística en pregrado. ²⁰	12 (80%)
Total de Facultades/Escuelas que componen el universo	12
Número de Facultades/Escuelas de Comunicación que respondieron a la encuesta	10
Porcentaje de respuesta	83%

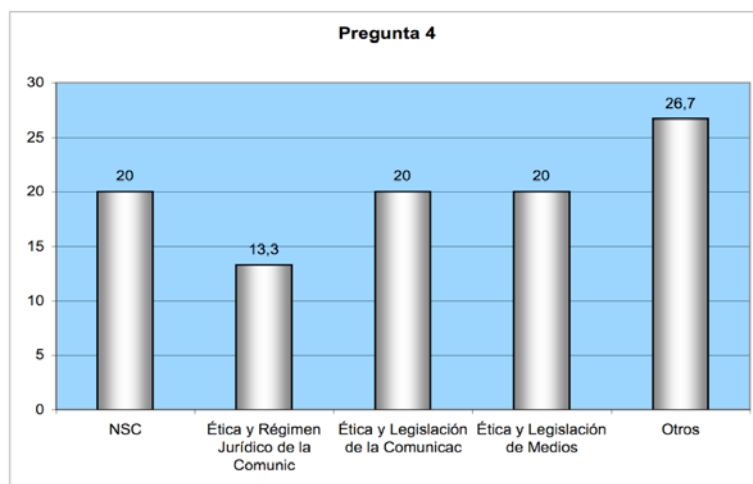
V.6.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.

Pregunta 4a. La ética periodística o de la comunicación es: Una asignatura específica del plan de estudios. ¿cuál?²¹

¹⁹ Información obtenida en el portal de Universia:

http://servicios.universia.edu.ve/rediseño/contenidos/sencillos/menu.php?id_pag=169&orden=título&secstat=Universidades, consulta: 22-oct-07, y contrastada con los directorios de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), del portal Infoamérica, y con el directorio del profesor Max Römer, Presidente del Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación.

²⁰ Hubo tres universidades que ni contestaron la encuesta ni respondieron a los numerosos correos enviados y tampoco tenían publicados sus planes de estudio en la web, por lo que las excluimos del universo de escuelas con ética periodística.



Venezuela

Pregunta 8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte?

- | | |
|--------------------------|------|
| 3. Pregrado: | 50 % |
| 4. Pregrado y Postgrado: | 50 % |

Pregunta 9a. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse en pregrado?

- | | | |
|---------------|-----------|----------|
| 3. Pregrado: | Sí: 92,9% | No: 7,1% |
| 4. Postgrado: | Sí: 80 % | No: 20% |

Análisis:

En primer lugar hay que comentar que la materia de ética periodística está insertada en todas las escuelas de comunicación social de Venezuela y en su mayoría con carácter obligatorio; el porcentaje del 80% se debe a que hemos excluido a tres universidades por falta de información, ya que ni tenían publicado el plan de estudios en su website ni recibimos respuesta por parte de ellas a los varios correos enviados.

En cuanto a la denominación es evidente el tratamiento conjunto, ético y legal, que se hace de la materia, en la mayoría de los casos (53,3%). Otras denominaciones solo aparecen en una ocasión y son: 'Principios y valores éticos del comunicador social', 'Ética Profesional', 'Ética y Comunicación' y 'Deontología de la Comunicación'.

²¹ En esta pregunta se han incluido los datos obtenidos de los syllabus de las universidades así como de las páginas web de aquellas que no enviaron ninguna información, por lo que los resultados corresponden al total de facultades y escuelas de periodismo (ver anexo 5).

Un signo positivo del nivel de implantación de la materia en los estudios de comunicación es que se contempla en más de la mitad de los postgrados (55,5%) y con carácter obligatorio en el 80% de los casos.

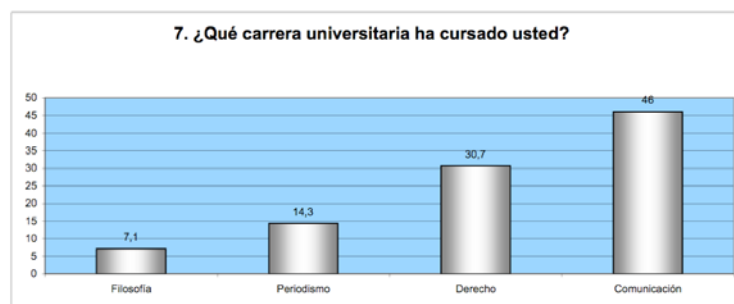
V.6.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.



Venezuela



Venezuela



Análisis:

La experiencia del profesorado en general en docencia universitaria es considerable: un 46% tiene entre seis y diez años y un 38,7% más de diez, lo que da un total del 85% de los docentes con larga trayectoria en la enseñanza. En el caso de la docencia de la ética periodística hay también un importante porcentaje del 50% que supera los seis años de antigüedad, y otro tanto está entre uno y cinco años, es decir, que nos encontramos con profesores experimentados pero en menor medida en la ética.

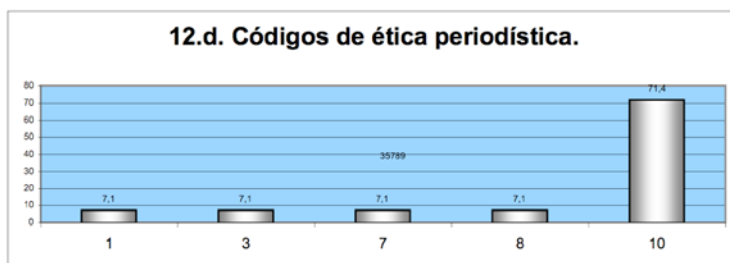
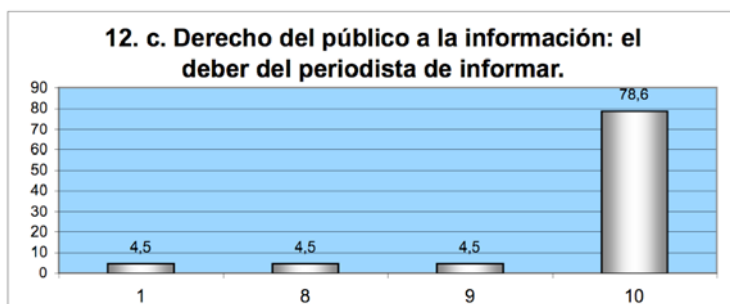
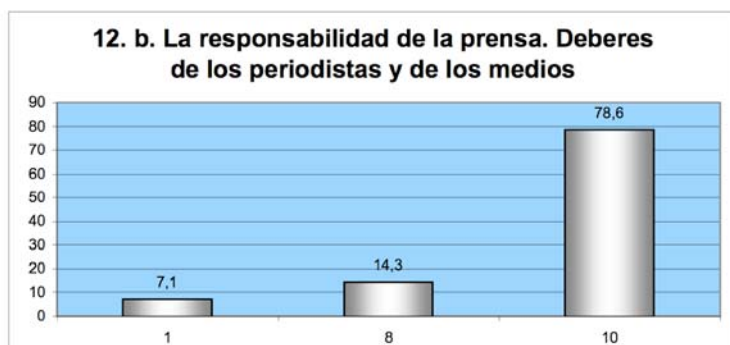
En cuanto a su formación, entre los comunicadores (46%) y los periodistas (14,3%) suman un 60%, que es la tendencia en los otros países, pero el grupo de abogados (14,3%) es superior, lo que también es evidente por la conjunción de contenidos éticos y jurídicos

de la materia analizada. Hay también un grupo con formación filosófica (7,1%) pero menor que el de otros países.

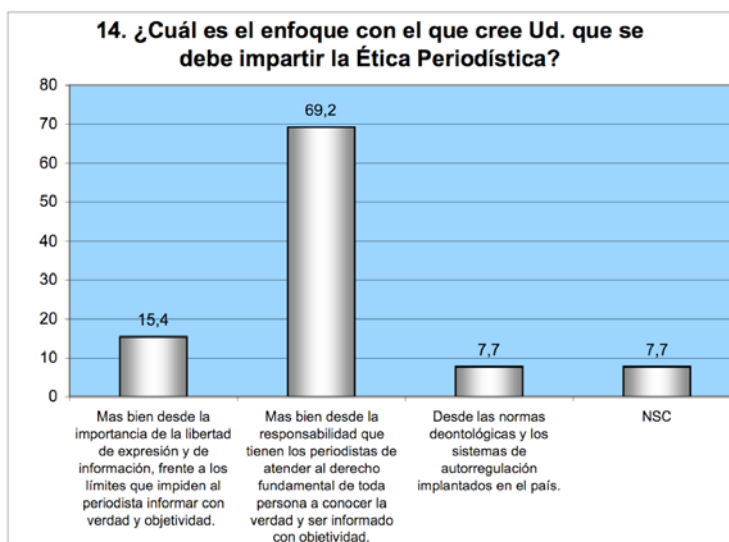
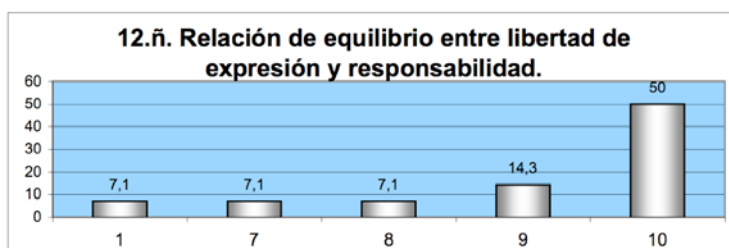
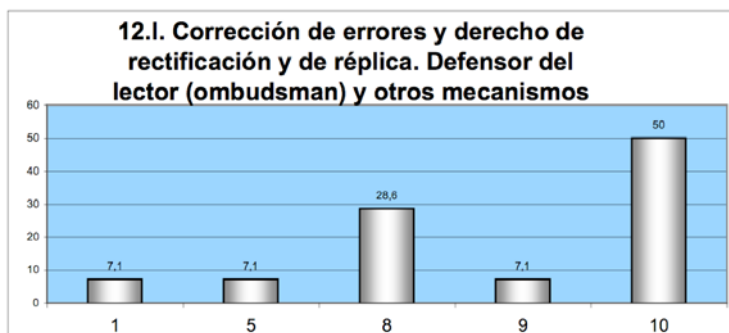
V.6.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.

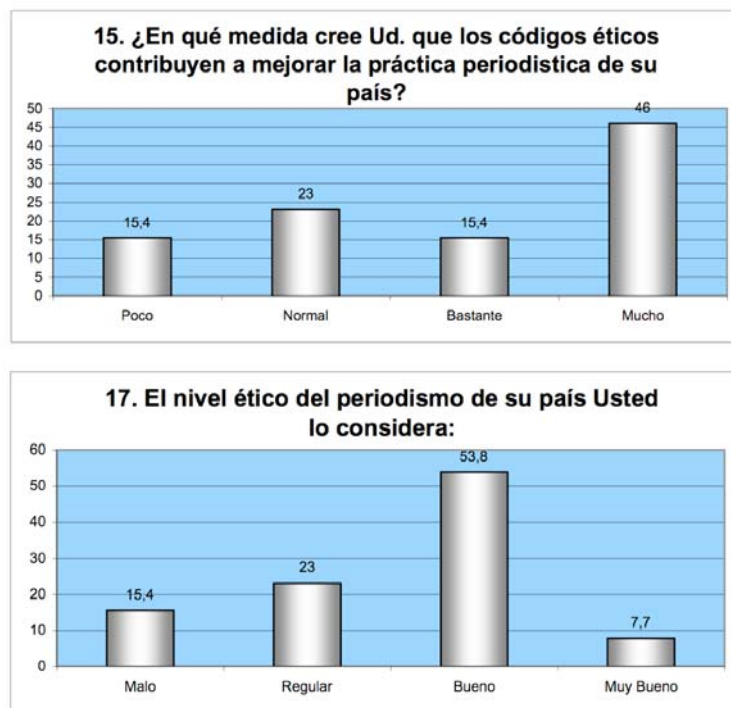
Pregunta 12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórellos del 1 (nada importante) al 10 (muy importante).

Venezuela



Venezuela





Venezuela

Análisis:

Venezuela se desmarca del resto de países en cuanto a la valoración de los contenidos. El tema 12.a 'La libertad de expresión' es valorado con 10 por el 85,7% de los docentes, frente al 78,6% del tema 'La responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios' o del tema 12.g 'La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud'. Este peso mayor de la libertad de expresión de los periodistas es comprensible en la difícil coyuntura política que vive Venezuela con un régimen que está restringiendo por distintas vías la libertad de expresión de los medios, como ya vimos en el capítulo III. Por ello, tiene sentido que en las universidades se esté desarrollando el sentido crítico frente a las políticas gubernamentales actuales.

No obstante, la importancia dada a la responsabilidad es alta, así como al derecho del público a la información, en ambos casos preferidos por un 78,6%, así como el tema de los códigos de ética (71,4%) y el de la corrección de errores (50%).

Lo anterior se corrobora con el importante porcentaje (69,2%) de profesores que enfocan la materia desde 'la responsabilidad de los periodistas con el derecho fundamental a conocer la verdad y a ser informado con objetividad', mayor que en otros países, y el bajo número de profesores (15,4%) que la enfocan desde 'la libertad de expresión y de información frente a los límites...', más bajos que en otros países. Por lo que observamos la curiosa situación de que pese al énfasis puesto en la libertad de expresión, en el temario de la asignatura, el enfoque de la materia es desde la responsabilidad de los periodistas, lo

cual guarda consonancia con la perspectiva mantenida en nuestra investigación de buscar la relación equilibrada entre libertad y responsabilidad.

Por otro lado, es destacable la gran confianza que tienen los docentes en los códigos éticos pues un 46% opina que su contribución en la mejora de la práctica periodística es mucha, calificación superior a la de otros países, frente al bajo porcentaje (15,4%) de profesores que opinan que es poca.

Por último, la percepción sobre el nivel ético del periodismo venezolano es positiva pues un elevado porcentaje del 53,8% cree que es bueno, mientras que un 23% considera que es regular, que es la segunda categoría elegida.

V.7. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE CHILE.

V.7.1. Universo de la encuesta.

En el cuadro siguiente resumimos los datos numéricos del número de facultades y escuelas universitarias de Comunicación que constituían el universo así como el porcentaje de respuesta logrado:

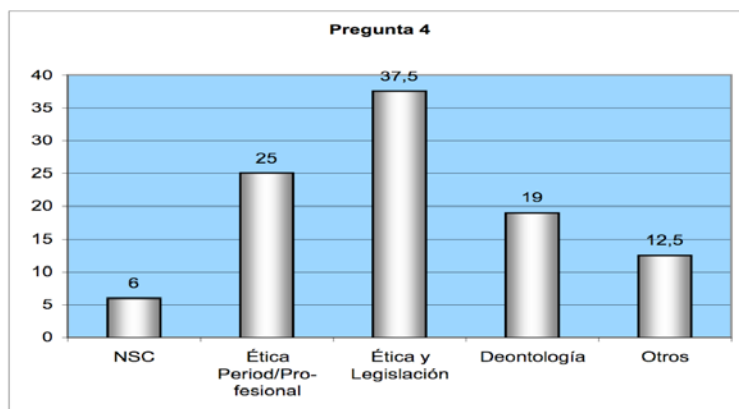
Número de universidades en Chile ²²	60
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	35
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la ética periodística como materia en pregrado	32 (91%)
Total de Facultades/Escuelas que componen el universo	32
Número de Facultades/Escuelas de Comunicación que respondieron a la encuesta	18
Porcentaje de respuesta	56,3 %

V.7.2. Datos sobre la asignatura: análisis y resultados.

Pregunta 4a. La ética periodística o de la comunicación es: Una asignatura específica del plan de estudios. ¿cuál?²³

²² Información obtenida en *Índices 2008*, publicado por el Consejo Superior de Educación. Circuló en los principales periódicos chilenos el 7-12-07, p. 56., contrastada con los directorios de FELAFACS, del portal Infoamérica, y con el directorio de profesores de ética y escuelas de Periodismo proporcionado por el profesor Abraham Santibáñez, del Colegio de Periodistas de Chile, en junio 2007.

²³ En esta pregunta se han incluido los datos obtenidos de los syllabus de las universidades así como de las páginas web de aquellas que no enviaron ninguna información, por lo que los resultados corresponden al total de facultades y escuelas de periodismo (ver anexo 6).



Chile

Pregunta 8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte?

- | | |
|--------------------------|-------|
| 5. Pregrado: | 89 % |
| 6. Pregrado y Postgrado: | 2,3 % |

Pregunta 9a. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse en pregrado?

- | | | |
|--------------|-----------|-----|
| 5. Pregrado: | Sí: 100 % | No: |
|--------------|-----------|-----|

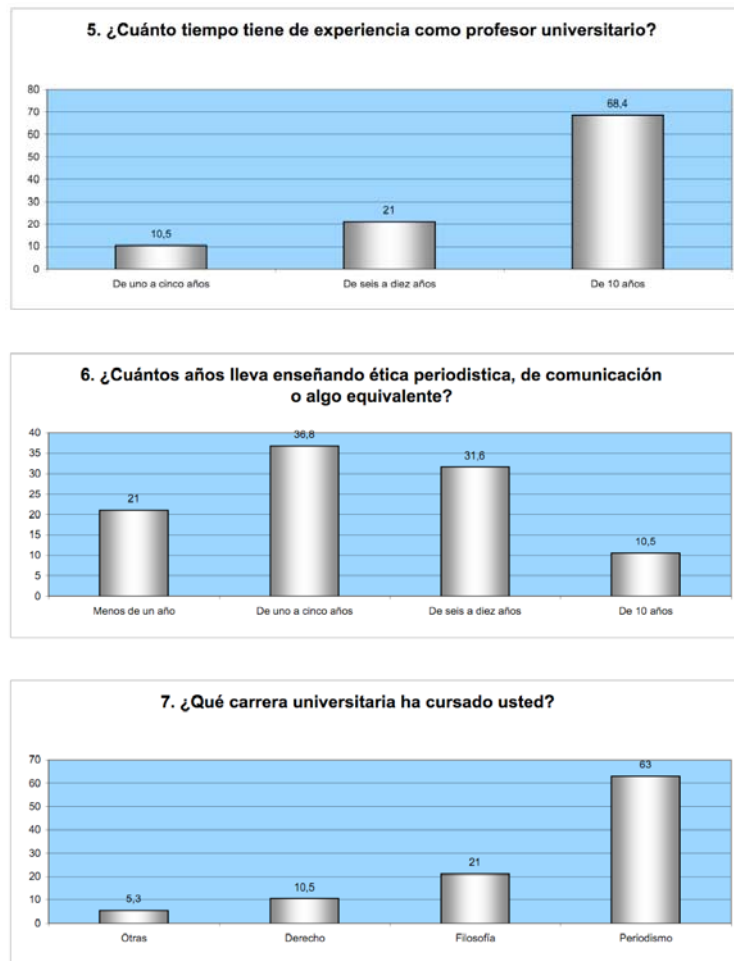
Análisis:

La materia de ética periodística está muy implantada en las universidades chilenas pues se contempla en un 91% de las carreras de pregrado con carácter obligatorio en todas ellas. En Postgrados todavía no ha logrado insertarse la materia ya que tan solo la contempla una universidad (Pontificia Universidad Católica de Chile).

Respecto de la denominación, vemos que la tendencia es a nombrarla con la expresión 'Ética y Legislación Periodísticas' (37,5%). Este dato concuerda con los contenidos de la materia, como ya vimos en el capítulo anterior, puesto que en la mayoría de los syllabus se dedican varios temas a las cuestiones el Derecho de la Información y, en especial, a analizar la legislación chilena en materia informativa. Le sigue como denominación más utilizada la de 'Ética Periodística' o 'Ética Profesional' (25%) y 'Deontología Periodística' (19%), que entre ambas suman un 44%, superando a las denominaciones que conjugan ética y derecho. El hecho de preferir en general una denominación estrictamente ética o deontológica nos remite a la orientación, en esos campos, que se le quiere dar a la materia, lo cual consideramos positivo desde nuestro enfoque del autocontrol ético como opción siempre preferible al heterocontrol jurídico.

V.7.3. Datos sobre el profesor: análisis y resultados.

Chile



Análisis:

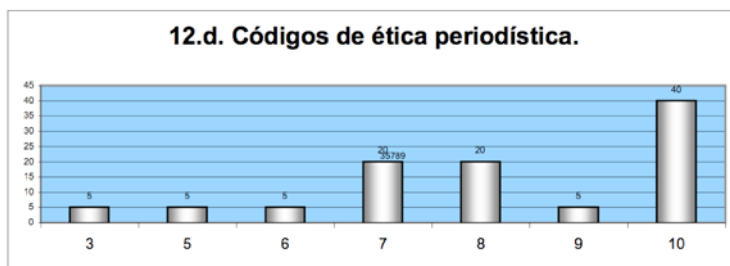
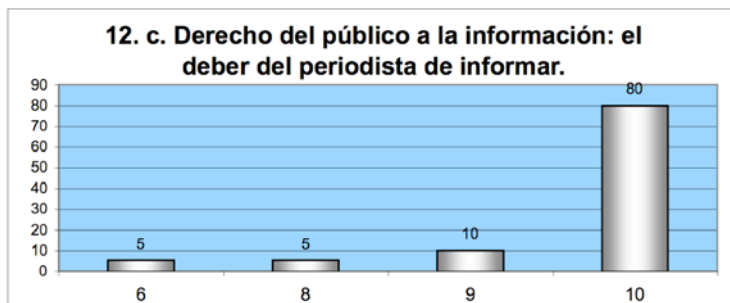
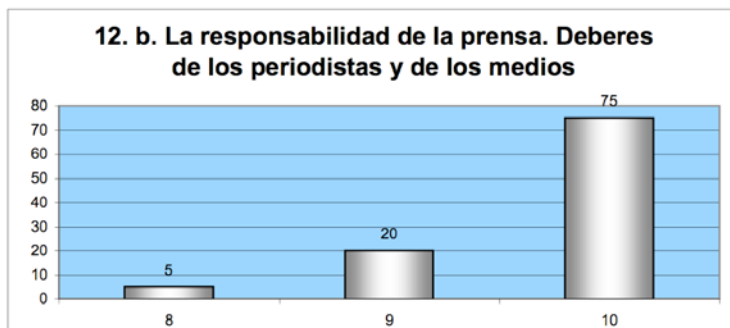
Los docentes de la materia son en su mayoría (68,4%) experimentados, con una trayectoria superior a los 10 años, y un grupo importante (31,6%) tienen entre seis y diez años de docencia de la materia, lo cual es también un reflejo de la antigüedad que tiene la asignatura en los planes de estudio de periodismo y comunicación. Recordemos, como ya dijimos en el capítulo III, que Chile fue, en 1956, de los primeros países que vio nacer una Escuela de Periodismo, por lo que la enseñanza de la profesión tiene ya una larga tradición.

En cuanto a la formación del profesorado, en un elevado porcentaje (63%) son periodistas, lo que se corresponde tanto con lo que acabamos de mencionar de la consolidación de los estudios en el país, como con la orientación más propiamente periodística y ética que legislativa de los derechos y deberes profesionales. Es por ello que el porcentaje de profesores abogados es escaso (10,5%), la mitad que los profesores con formación filosófica (21%).

V.7.4. Datos sobre los contenidos: análisis y resultados.

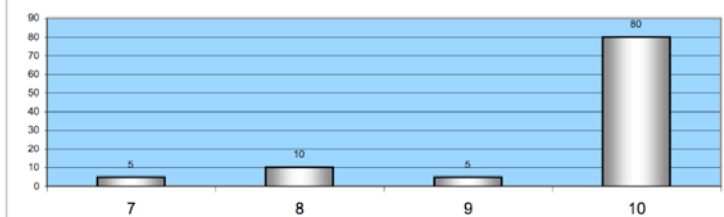
Pregunta 12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) a 10 (muy importante).

Chile

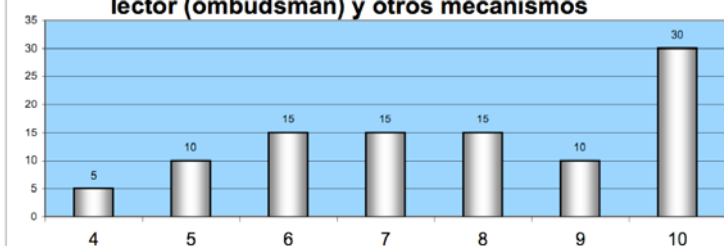


Chile

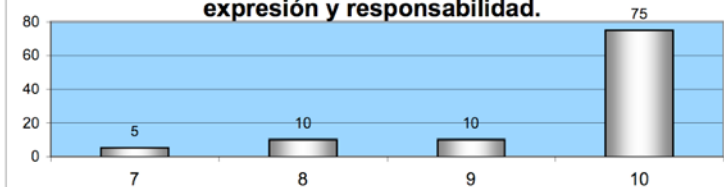
12.g. La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud.



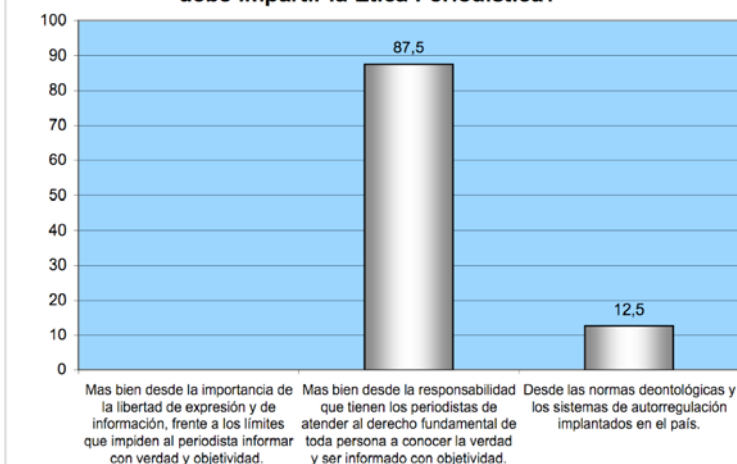
12.i. Corrección de errores y derecho de rectificación y de réplica. Defensor del lector (ombudsman) y otros mecanismos

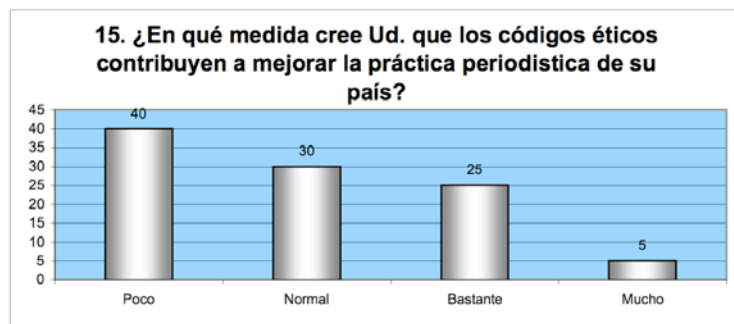


12.ñ. Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad.

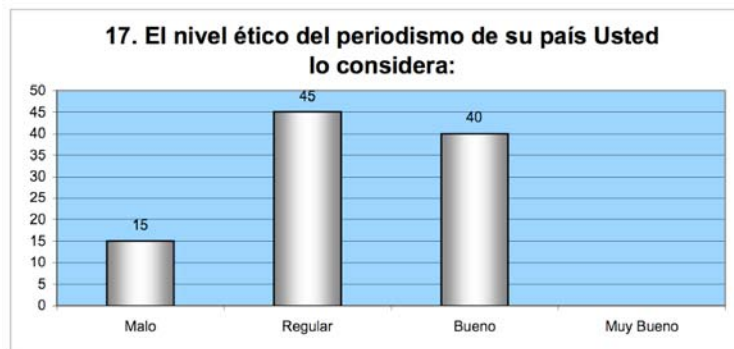


14. ¿Cuál es el enfoque con el que cree Ud. que se debe impartir la Ética Periodística?





Chile



Análisis:

Los contenidos de la asignatura están orientados claramente hacia la responsabilidad y deberes de los periodistas y los medios, tema que es elegido por un 75% de docentes, y especialmente hacia el derecho del público a la información y el deber del periodista de informar, que es elegido por un 80% de docentes. Igual porcentaje obtiene el tema de la responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud. La relación de equilibrio entre libertad y responsabilidad también es preferida en un 75%.

Lo anterior queda corroborado con la mayoritaria respuesta del 85% de los docentes que enfocan su materia desde ‘la responsabilidad que tienen los periodistas con el derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad...’, y ninguno que la enfoque desde la libertad de expresión. Esto evidencia una clara preocupación de los profesores en concienciar a los periodistas en su deber con el público, más que enfatizar sus libertades, quizás por el momento que vive Chile de consolidación democrática y el régimen bastante estable de libertades informativas, en comparación con los otros países de la región. La preocupación parece ser no ya la que estaba latente en la transición, desde 1990, sino la de conseguir que los medios ejerzan con autocontrol el poder que tienen entre manos, en un sector muy concentrado económicamente.

V.8. ANÁLISIS COMPARADO Y CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA A PROFESORES DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE PERÚ, ECUADOR, COLOMBIA, VENEZUELA Y CHILE.

Tras haber analizado separadamente los resultados arrojados por la encuesta en cada país, vamos a realizar el estudio comparado para extraer conclusiones significativas sobre la enseñanza de la ética periodística en la región andina, en relación con nuestra perspectiva investigadora.

Partimos de que hemos logrado en todos los países la participación de la mayoría de profesores de ética periodística, y en algunos casi la totalidad de ellos, como es el caso de Perú, Venezuela y Ecuador:

País	% respuesta de profesores
Perú	91%
Ecuador	73,5%
Colombia	69%
Venezuela	83%
Chile	56,3%
Total	74,5%

Este importante resultado confiere mucha representatividad y validez a los datos obtenidos en la encuesta. Además, refleja el gran interés de los docentes en desarrollar o colaborar con investigaciones relativas a la ética periodística. De hecho, un número importante de ellos expresaron su deseo de seguir con esta línea de investigación y, como ya hemos mencionado, destacados académicos de la ética periodística la apoyaron activamente proporcionando información muy valiosa.

V.8.1. Situación e importancia de la materia en los planes de estudio.

V.8.1.1. Nivel de implantación de la materia

Es destacable y muy positivo el alto porcentaje de facultades y escuelas de periodismo/comunicación que poseen la materia de ética periodística o equivalente:

País	% Univ. con ética period.
Perú	94%
Ecuador	97%
Colombia	95%
Venezuela	80%
Chile	91%
Total	91,4%

Este dato habla por sí mismo pues evidencia la importancia que le conceden a la formación ética las universidades de nuestros cinco países en porcentajes muy similares, y

en menor medida Venezuela. A la luz de esta realidad podemos afirmar que la enseñanza universitaria puede convertirse en un importante espacio de autocontrol, como proceso a largo plazo según lo consideraba Claude-Jean Bertrand. Si se aprovecha bien ese tiempo y contenido curricular, y se articula con el conjunto de la acción formativa, puede ser un medio muy eficaz de ir acompañando al futuro periodista en la permanente labor de hacerse con una recta conciencia moral.

V.8.1.2. Denominación de la materia.

En la siguiente tabla resumimos las denominaciones más utilizadas en cada país:

País	Denominación	% programas
Perú	Deontología, Ética y Deontología	50%
Ecuador	Ética Profesional, Ética del Comunicador Social, Ética Periodística	46%
Colombia	Ética (27%), Ética Profesional, Ética Periodística, Ética de la Comunicación	60%
Venezuela	Ética y Legislación de Medios/Comunicación, Ética y Régimen Jurídico de la Comunicación	53,3%
Chile	Ética y Legislación	37,5%

La nomenclatura de las materias nos parece reveladora de varios aspectos importantes, como ya lo hemos mencionado en el análisis por países. Comparativamente podemos percibir cómo pesan los contextos históricos de los distintos países a la hora de nombrar y enfocar la materia de ética. Es notorio el caso de Venezuela, que, no sólo en su decana Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, sino en la mayoría de los casos (53,3%), utiliza los nombres de ‘Ética y Legislación de Medios’, ‘Ética y Legislación de la Comunicación’, ‘Ética y Régimen Jurídico de la Comunicación’. Es comprensible que en un régimen como el de Hugo Chávez, en el que se han ido estableciendo medidas legales muy restrictivas contra la prensa desde 1999, la preocupación de los académicos sea el análisis crítico de dicha legislación y la defensa de la libertad de expresión tanto desde lo ético como desde lo jurídico.

Otro país que se decanta de modo importante por la denominación conjunta de “Ética y legislación periodística” es Chile, en un 37,5% de los programas, en los cuales se aprecia la importancia del aspecto legal. Esto nos remite a la sensibilidad y atención que se percibe en el país respecto de toda legislación que pudiera ser restrictiva y, en concreto, a la

situación actual en que la ley existente es cuestionada por ese motivo. No obstante, en un país de relativa estabilidad y de tradición en el respeto a las libertades informativas, como Ecuador, también se da una importante tendencia al trato conjunto de la ética con el derecho, pues las materias planteadas de ese modo son el 23% del total. La situación no se debe a un régimen restrictivo de las libertades sino a la tradición de normatividad legal que hay en Ecuador en todos los campos, lo que hace que sea un país con abundante —para muchos excesiva— legislación.

Otro país en el que destaca una denominación por encima de otras es Perú, con la nomenclatura ‘Deontología’ o ‘Ética y Deontología’ en un 50% de las universidades. A diferencia de lo que ocurre en Venezuela, en Perú se aprecia claramente la tendencia a deslindar lo ético de lo jurídico en el estudio de la información, así como a concederle un peso importante a la dimensión deontológica de la ética. Esto guarda relación con la larga tradición de códigos éticos en el periodismo peruano, que data de 1950 con el Código de Honor del Periodista de la Federación de Periodistas del Perú. Otro dato que corrobora este tratamiento separado de los aspectos éticos y jurídicos, lo que a nuestro juicio es un modo de darle su verdadera importancia a la dimensión ética, es que el profesorado en un 82% es titulado en Periodismo o en Comunicación Social.

Salvo los casos de Venezuela y Chile, con predominio de la materia de ‘Ética y Legislación’, en conjunto es más común la denominación de ‘Ética Profesional’ y de ‘Ética Periodística o de la Comunicación’, como lo vemos en Ecuador (39%), Colombia (36%) e incluso Chile (25%) así como el término ‘Deontología’, sobre todo en Perú (50%). Lo que podemos apreciar, en términos generales, es que hay una tendencia a poner énfasis en el ámbito ético de la profesión, deslindándolo del jurídico, ya sea a través de la denominación más amplia de ‘Ética periodística’ o de la más específica ‘Deontología’.

V.8.2. Perfil del profesor de ética periodística.

V.8.2.1. Antigüedad y experiencia.

Veamos en el siguiente cuadro un resumen de los datos más representativos:

País	Años docencia universitaria		Años docencia ética periodística		
	6-10 años	+ 10 años	1-5 años	6-10 años	+ 10 años
Perú		57,6%	57,6%	24,2%	
Ecuador		63%	44,4%		18,5%
Colombia		71,4%	47,5%		19%
Venezuela	48%	35,7%	46%	30,7%	
Chile		68,4%	36,8%	31,6%	

Observamos que en todos los países la mayoría del profesorado es veterano, pues supera los diez años de antigüedad, mientras que su trayectoria en la docencia de la ética periodística es menor, a excepción de Chile, Venezuela y Perú, que cuentan con un tercio del profesorado bastante experimentado. Hay que considerar que tanto Venezuela como Chile iniciaron tempranamente los estudios de Periodismo, en 1946 y 1957 respectivamente, lo que explica que cuenten con una larga tradición docente y con profesores muy experimentados en cada área.

V.8.2.2. Formación del profesorado.

En general, el profesorado es titulado tanto en Periodismo como en Comunicación Social. Veamos en el siguiente cuadro un resumen de los datos más representativos:

País	Comunicación Social/Periodismo	Derecho	Filosofía
Perú	81,8%	12,1%	6,1%
Ecuador	77,8%	3,7%	
Colombia	64,6%	4,5%	27,4%
Venezuela	60,3%	30,7%	7,1%
Chile	63%	10,5%	21%

Estos datos reflejan varios aspectos importantes:

- La evidencia clara de que una amplia mayoría de los profesores son comunicadores sociales o periodistas, lo cual supone que la materia esté orientada a la resolución de los problemas prácticos que implica la profesión.
- De esta tendencia se desmarca Colombia, con un 27,4 % de profesores titulados en Filosofía, y que, como veremos en el capítulo VI, plantean la materia con énfasis en

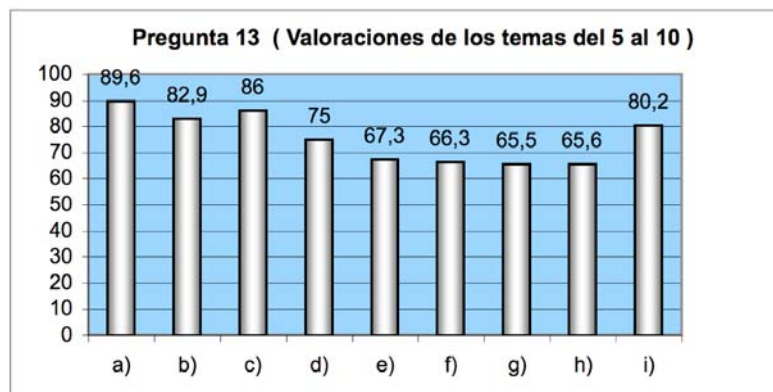
la fundamentación ética y la filosofía moral. Le sigue Chile con un 21% de profesores titulados en Filosofía.

- Igualmente se diferencia Venezuela, que cuenta con un 30,7% de profesores abogados. Esto implica no solo que las materias traten conjuntamente la ética y el derecho sino que una tercera parte de los docentes, por su formación, van a enfatizar más los aspectos legales.

V.8.3. Contenidos de la asignatura.

V.8.3.1. Temas de ética general más valorados.

En la pregunta 13 se reflejan los temas de ética general más valorados, lo cual nos ofrece información de las preferencias de ética filosófica que tienen los profesores y podemos hacer algunas inferencias. En el siguiente cuadro hemos reflejado los resultados obtenidos en las puntuaciones de la 5 a la 10, que fueron las más escogidas por los docentes en esta pregunta:



En el gráfico vemos que los temas más valorados son:

- a) Conceptos y definiciones de la ética y otros conceptos: deontología, moralidad, religión, teología. (89,6%)
- c) La ética axiológica o ética de los valores. (86%)
- b) La ética de Kant o la Ética deontológica. (82,9%)
- i) La ética discursiva, dialógica o comunicativa (Karl Otto Apel, Jürgen Habermas y Hans Küng). (80,2%)
- d) La ética cristiana. (75%)

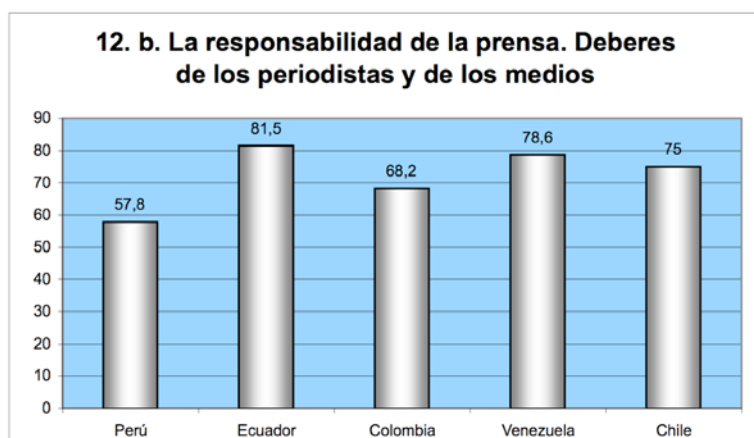
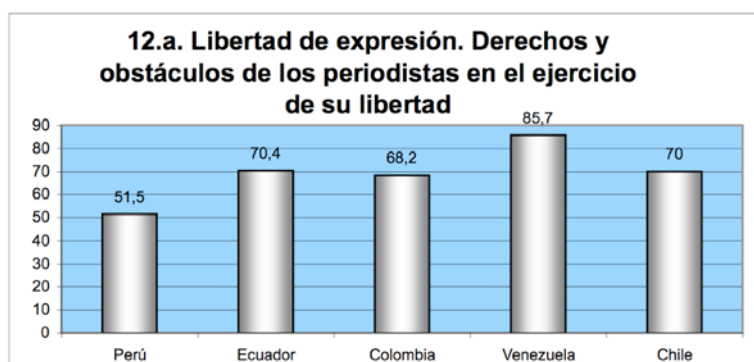
La conclusión que sacamos de ello es que además de fundamentar filosóficamente la materia, los profesores priorizan la reflexión en los valores, como puntos de referencia para formar la conciencia y como guía de conducta, y en la ética kantiana, que tiene mucha relación con la deontología por la importancia concedida al sentido del deber. Asimismo,

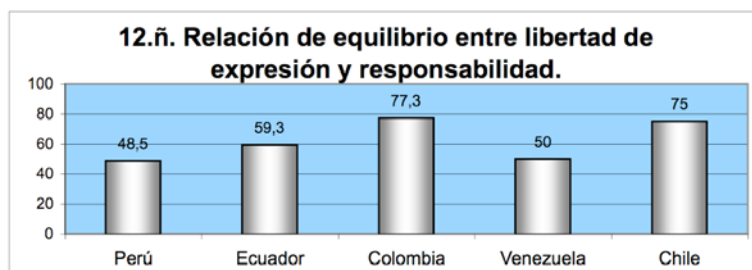
la ética cristiana es uno de los temas mejor valorados, lo cual remite al importante sustento antropológico y axiológico que aporta el cristianismo a toda ética profesional.

V.8.3.2. Relación libertad-responsabilidad.

En los siguiente cuadros representamos el porcentaje de profesores que calificó con la máxima nota (10) los distintos temas que figuraban como opciones en la pregunta 12.

Pregunta 12: En la enseñanza de la ética de la comunicación, ¿qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) al 10 (muy importante).



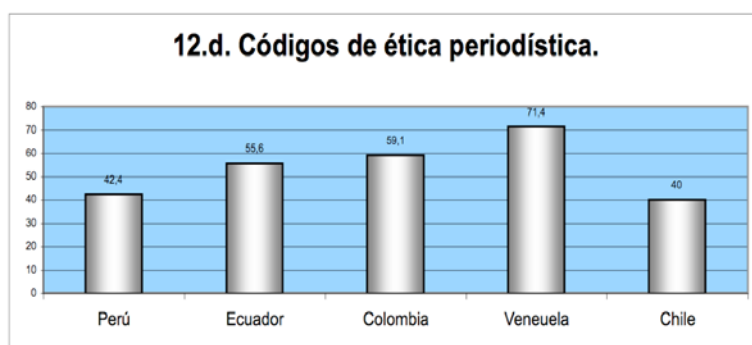


Acerca del tema 12.a. (Libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad), es altamente significativo la importancia que le conceden los profesores de Venezuela (85,7%), lo cual refleja la sensibilidad existente actualmente en el país por las restricciones gubernamentales a las libertades informativas, expuestas en el capítulo III. Asimismo, mientras que en todos los países la importancia del tema 12.b (Responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y los medios.) es superior o igual que el tema 12.a, Venezuela se desmarca de la tendencia.

Lo que es común a todos los países es la alta valoración del tema 12.g (Responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud), empezando por Chile, donde la preferencia de los profesores es la mayor (80%).

En todo caso, a pesar de que la valoración alta es predominante en los temas referentes a la responsabilidad (12.b y 12.g), la valoración dada al tema de la libertad de expresión le sigue con muy poca diferencia, lo cual quiere decir que ambos temas se complementan y se presuponen mutuamente. No obstante, en el tema 12.ñ (Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad) hay países como Venezuela y Perú que por la valoración moderada entraría en contradicción con lo dicho. En el caso de Venezuela volvemos a remitirnos a la especial coyuntura política.

V.8.3.3. Valoración de los códigos éticos.



Respecto a los códigos, en un principio puede parecer paradójico que en dos países con poca tradición deontológica como son Ecuador y Colombia, el 55,6% y 59,1% de sus

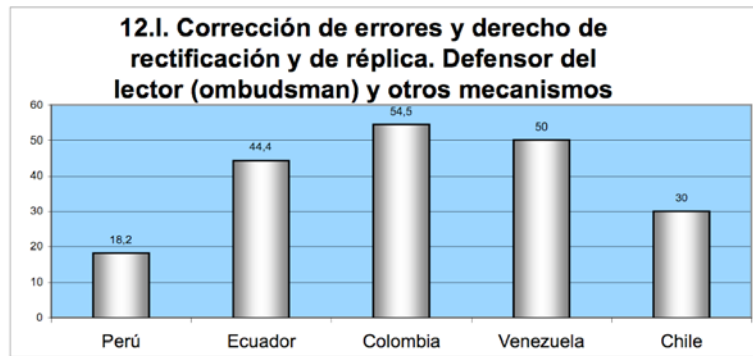
profesores valoren con la máxima calificación este tema, superando a países de larga trayectoria Chile y Perú, en donde la denominación predominante de la asignatura es, además, 'Deontología'. Pero hay que analizar este cuadro en comparación con los de cada país para ver toda la escala de valores. De este modo, vemos que en Perú hay un interesante porcentaje del 30,3% en la escala 8, que sumado con el 9% en la escala 9 y el 42,4% de la escala 10 nos dan un 82% de valoración en las escalas más altas. Asimismo, en Chile hay una importante preferencia en la escala 8 (20%), que sumándolo a la escala 10 (40%) dan un 60%, lo que es un porcentaje importante de valoración.

A esto podemos añadir los resultados de la pregunta 15 (¿En qué medida cree Ud. que los códigos éticos contribuyen a mejorar la práctica periodística de su país?). En Perú, un 54,5 % opinó entre 'mucho' y 'bastante', lo cual demuestra confianza en los códigos. En Chile, sin embargo, la percepción es más negativa, pues predominan los que opinan que la contribución es poca (40%) y normal (30%).

Otro elemento que complementa el análisis de este aspecto es la relación que podemos establecer entre la importancia conferida a los códigos y el desarrollo de mecanismos de autocontrol en cada país. De nuevo, podría parecer paradójico que los dos países que poseen Consejos de Prensa y tribunales de ética, como son Chile y Perú, sean los que menos valoren los códigos. Podemos inferir que precisamente por haber implementado otros mecanismos de autocontrol se consideran insuficientes los códigos pro sí mismos y que éstos deben actuar en conjunto con otras formas.

Por otro lado, hay que anotar que los países que más han valorado los códigos, esto es, Venezuela (71,4%) y Colombia (59,1%) son en los que ha cuajado la figura del defensor del lector, pues está presente en importantes diarios y televisiones, en el caso de Colombia, y el ombudsman es una figura que suele apoyarse mucho en los principios editoriales o código ético del medio para el que trabaja. Esto guarda relación con los resultados sobre el aporte de los códigos al periodismo. En Colombia, predominan los que opinan que mucho (36,4%) y normal (40,9%), lo cual es un dato muy significativo. De igual modo en Venezuela forman mayoría los que opinan que es mucha la contribución (42,9%) y bastante (14,3%).

Un caso peculiar es el de Ecuador, en el que un buen número de profesores han calificado con la máxima escala a los códigos, a pesar de tener un solo código nacional y confían bastante en los códigos, pues un 37% piensa que es mucha la contribución y un 18,5% bastante.



De este cuadro podemos ver que se confirma lo dicho acerca de Colombia y Venezuela en cuanto a la existencia y crecimiento de la figura del defensor del lector, pues son los dos países que más valoran este tema. Respecto de los otros países y la escasa preferencia demostrada, se refleja la realidad general existente en todos ellos respecto al desarrollo incipiente del autocontrol, aspecto que debería tratarse en mayor medida en la enseñanza universitaria.

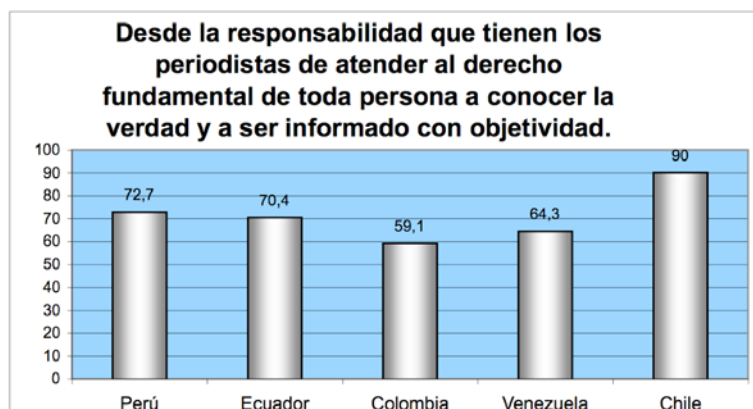
V.8.3.4. Enfoque con el que imparten la materia de ética periodística.

El enunciado y las opciones de respuesta de la pregunta 14 fueron:

¿Cuál es el enfoque con el que cree Ud. que se debe impartir la ética periodística?

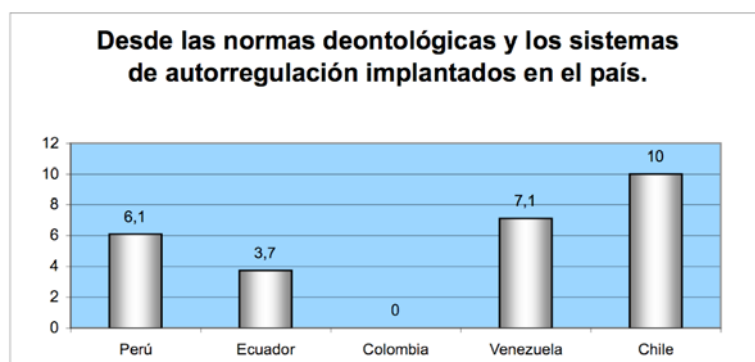
- Más bien desde la importancia de la libertad de expresión y de información, frente a los límites que impiden al periodista informar con verdad y objetividad.
- Más bien desde la responsabilidad que tienen los periodistas para atender al derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad y a ser informado con objetividad.
- Desde las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación implantados en el país.
- Otro enfoque (especifique cuál):

Los resultados obtenidos fueron:



Lo primero que llama la atención a la vista del cuadro es la mayoritaria respuesta de los profesores al elegir la opción b) de la pregunta. En la valoración de los contenidos de la asignatura ya se ha visto la tendencia a priorizar la responsabilidad de los periodistas sobre otros temas, pero con esta pregunta queda confirmada. La percepción del profesorado es que la perspectiva desde donde hay que contemplar y desarrollar el conjunto de deberes y derechos de los periodistas es desde la responsabilidad que contraen con el público, en virtud del derecho humano fundamental a la información.

Veamos en el siguiente cuadro las respuestas que se dieron en la opción c) Desde las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación implantados en el país:



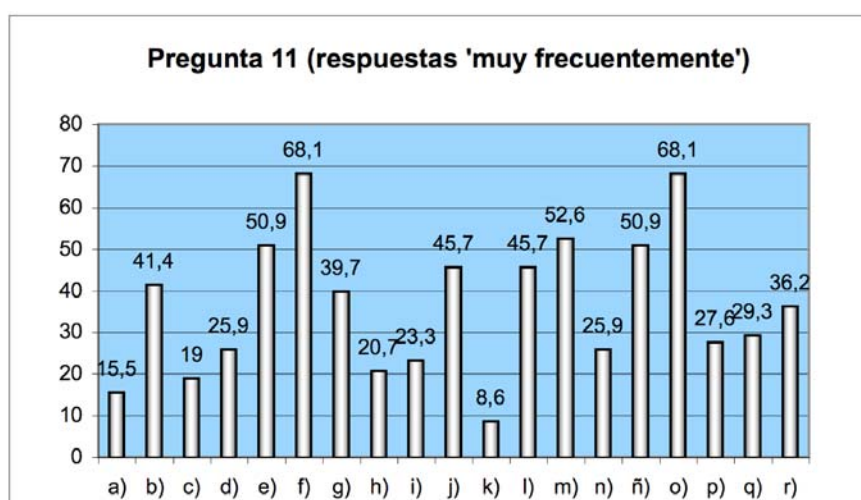
Es interesante analizar este bajo resultado. Ya hemos mencionado que la perspectiva de la responsabilidad se traduce en los mecanismos de autocontrol o autorregulación. No obstante, consideramos significativo que la respuesta preferente haya sido la opción b, sobre la responsabilidad, más que esta opción relativa a las normas y a los mecanismos concretos, porque demuestra que la deontología y demás modos de autorregulación se fundamentan en una perspectiva ética más amplia. En este caso, en el enfoque propuesto sobre la responsabilidad de los periodistas para atender al derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad y a ser informado con objetividad subyace toda la propuesta desarrollada en el capítulo II, donde hemos visto que del derecho a la información del público emanan todos los derechos y deberes del periodista. Es, por tanto, este derecho universal a la información y la consiguiente responsabilidad que conlleva para los periodistas lo que justifica sobradamente la necesidad de articular la deontología y los diversos modos de autocontrol y de asegurar la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Partiendo del vínculo existente entre el enfoque de la responsabilidad y el desarrollo del autocontrol, consideramos que la unanimidad en la elección de dicho enfoque es muy

esperanzador de cara al desarrollo y fortalecimiento de la autorregulación ética como el mejor modo de garantizar la responsabilidad social de los medios. Considerando, además, que la enseñanza universitaria de la ética es un eficaz modo de autocontrol, como mecanismo procesual y a largo plazo, se pueden esperar buenos frutos para el futuro de la autorregulación y de la práctica periodística en estos países.

V.8.4. Didáctica empleada.

En cuanto a la didáctica empleada, veamos en el siguiente cuadro las técnicas que fueron seleccionadas por los docentes como las utilizadas ‘más frecuentemente’.



- f) Estudio de casos prácticos. (68,1%)
- o) Lectura obligatoria de libros y/o artículos. (68,1%)
- m) Exposiciones orales de los estudiantes sobre temas. (52,6%)
- e) Recortes de prensa. (50,9%)
- ñ) Realización de ensayos y de trabajos escritos. (50,9%)
- j) Pequeños grupos de discusión. (45,7%)
- l) Investigación de los estudiantes. (45,7%)
- b) Presentaciones en *power point* o con acetatos (retroproyector). (41,4%)
- g) Conferencias magistrales del profesor. (39,7%)

Podemos apreciar que el estudio de casos es lo más frecuente seguido de la lectura y de estrategias didácticas que implican el trabajo del alumno y su participación en clase. Curiosamente, las técnicas audiovisuales, como el uso del cine (a), de vídeos (c) o de otros materiales audiovisuales (d), no son usadas muy frecuentemente aunque la proyección de películas fue valorada por un 29,3% de los profesores en la categoría de ‘frecuentemente’.

Vemos, a la luz de estos resultados, que en la enseñanza de la ética los profesores le dan mucha importancia tanto a la aplicación práctica de la teoría ética y al discernimiento ético en la casuística profesional —lo cual también se evidencia en los syllabus— como a

la parte más reflexiva y de fundamentación del estudio de la ética, a través de lecturas, realización de trabajos y exposiciones de temas, por parte de los alumnos, y de clases magistrales por parte del docente. Esto se relaciona con la importancia que los profesores le dan a la parte conceptual de la ética, según demuestran los resultados de la pregunta 13, relativa a los temas de ética general, así como los de la pregunta 12, sobre diversos temas específicos de la ética periodística. El análisis de los syllabus también refleja el interés de los profesores en el estudio y reflexión sobre los fundamentos antropológicos y axiológicos del conjunto de deberes profesionales que estudia la deontología periodística.

Por lo tanto, podemos concluir que se utiliza una metodología teórico-práctica, dirigida a la adquisición por parte del alumno de la capacidad de discernir éticamente en la compleja casuística que plantea el periodismo y, a la vez, de interiorizar y asumir personalmente los valores y deberes éticos, así como los principios que los fundamentan.

V.8.5. Percepción sobre el nivel ético del periodismo en el país.

En el siguiente gráfico recogemos en las primeras cuatro columnas las respuestas a la pregunta 17 (El nivel ético del periodismo de su país Ud. lo considera: a) Muy bueno, b) Bueno, c) Regular, d) Malo). En la quinta columna recogemos las respuestas mayoritarias a la pregunta 15 (¿En qué medida cree Ud. que los códigos éticos contribuyen a mejorar la práctica periodística de su país? a) Mucho, b) Bastante, c) Normal, d) Poco):

Nivel ético periodismo	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Grado de contribución de los códigos éticos
Perú	6,1	15,2	66,7	12,1	Mucho/Bastante: 54,5%
Ecuador		22,2	59,3	18,5	Mucho/Bastante: 55,5%
Colombia	4,5	40,9	45,5	9,1	Mucho: 36,4% Normal: 30%
Venezuela	7,1	50	28,6	14,3	Mucho/Bastante: 42,9%
Chile		40	45	15	Poco: 40% Normal: 30%

A la vista de este cuadro podemos hacer varias lecturas. Por un lado, se percibe que, salvo en Venezuela, la categoría más escogida por los encuestados ha sido la de 'regular', lo cual demuestra que hay una constante generalizada en los cuatro países que es la de considerar críticamente el periodismo, rayando la categoría de malo.

Como hemos dicho, se desmarca de la tendencia Venezuela, donde la mitad de los profesores opinan que el nivel ético de su periodismo es 'bueno', lo que nos remite, nuevamente, a la situación particular del país y a las numerosas restricciones a la libertad

de expresión. Si esto lo unimos a la marcada polarización social entre los afines al régimen y los opositores, es difícil esclarecer qué se quiere expresar cuando se considera ‘bueno’ el nivel ético de la prensa. De todos modos, hay un nada desdeñable 42,9% de opiniones críticas, sumados los que opinaron ‘regular’ (28,6%) y ‘malo’ (14,3%).

En Colombia y Chile se aprecia un contrapeso entre los que opinan ‘regular’ y ‘bueno’, aunque predomina ligeramente la primera respuesta. En el caso de estos dos países, podemos relacionar el alto porcentaje de respuestas favorables a la prensa con el nivel de estabilidad democrática alcanzado, lo que permite que los medios de comunicación puedan ejercer su misión con un margen de libertades y relativa normalidad. Aunque no podemos ignorar que el conflicto armado colombiano impone unos fuertes condicionantes a los periodistas de las zonas más afectadas, quizás esta amenaza continua contra la libertad que tienen que sufrir los profesionales está siendo valorado positivamente por la sociedad y es lo que refleja la encuesta en el 40,9% de opiniones que califican como ‘bueno’ el nivel ético del periodismo.

Por el contrario, el alto porcentaje de respuestas críticas, aunque sea con la moderada expresión ‘regular’, de Perú (66,7%) y Ecuador (59,3%), guarda relación con las situaciones convulsas políticamente: Perú, hasta el año 2000 con la etapa fujimorista, y Ecuador, desde 1997 hasta el momento, década de continuas crisis democráticas. Parece lógico que en épocas críticas haya una percepción más disconforme con la actuación de la prensa, que en etapas de tranquilidad, por lo vulnerable y compleja que se vuelve la labor periodística.

Junto al análisis de la percepción sobre el nivel ético del periodismo hemos reflejado en la columna paralela de la derecha el grado de contribución de los códigos para mejorar el periodismo, con el objetivo hacer una lectura más global de los resultados. De este modo, si comparamos la opinión negativa sobre la prensa en Perú y Ecuador vemos que también en ambos se da un alto grado de confianza en los códigos. No es casual que precisamente los dos países en los que la apreciación sobre la actuación de la prensa es más negativa sea en los que se confíe más en la eficacia de los códigos éticos y que sean dos países que han atravesado recientemente por períodos políticos convulsos. Esto revela, de algún modo, que hay una relación entre los momentos complejos para la labor de la prensa y la necesidad de los códigos éticos y de la autorregulación.

En cuanto a Colombia y Chile, en los cuales ya hemos visto el equilibrio de opiniones entre ‘regular’ y ‘bueno’, respecto de la confianza en los códigos hay diferencias. Mientras

que en Colombia hay un alto porcentaje de profesores que consideran que la contribución de los códigos es mucha (36,4%), en Chile predomina la opinión de los que creen que es poca (40%), siendo el país más escéptico en el tema. Podemos relacionar este resultado con la existencia de dos instancias autorreguladoras en los medios como son el Tribunal Nacional de Ética y Disciplina del Colegio de Periodistas (TRINED) y el Consejo Nacional de Ética de los Medios, que tienen ya una cierta trayectoria y presencia. Dado el desarrollo de estos mecanismos en Chile, puede haber la percepción de que los códigos por sí solos no tienen la eficacia que estas formas de autocontrol.

En cualquier caso, podemos observar que existe una percepción general más regular que buena del nivel ético de la prensa y, al mismo tiempo, una confianza entre ‘mucho’ y ‘bastante’ en la contribución de los códigos deontológicos en mejorar la práctica periodística. Esta visión positiva de los profesores nos parece que puede repercutir de modo importante en formar la conciencia y sensibilidad ética de los futuros periodistas en el análisis y atención a los códigos éticos, así como en promover su adaptación a las nuevas realidades mediáticas digitales y a su generalización y extensión a todos los medios de comunicación.

Capítulo VI

RESPONSABILIDAD Y AUTOCONTROL EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA (II)

—Programas de ética periodística—

VI.1. INTRODUCCIÓN.

Una vez que hemos analizado los resultados arrojados por la encuesta, en la que un alto porcentaje de profesores enfoca la materia desde la perspectiva de la responsabilidad y el autocontrol, vamos a estudiar los programas de las asignaturas que éstos imparten para corroborar, a la vista del temario impartido, este dato. Si con la encuesta hemos detectado cuál es el enfoque mayoritario de enseñanza de la ética periodística, con el análisis de los programas queremos identificar de modo más preciso y completo en qué grado recogen los cinco criterios en que hemos desglosado dicho enfoque.

Metodológicamente obraremos como hicimos con el análisis de los códigos, que fue el no atenernos solo a la aparición literal de los criterios en los textos sino interpretar el espíritu que reflejan las diversas partes de los programas de la materia (objetivos, temario y bibliografía), entendiendo que a veces la aparición literal de una palabra o una expresión no refleja necesariamente el sentido que encierra un criterio dado. De este modo, iremos constatando, y registrando en una matriz de análisis, los criterios que aparecen en cada programa y con ello podremos determinar su frecuencia de aparición y sacar conclusiones significativas. Por ello, al igual que hicimos con los códigos, estamos combinando tanto el análisis de los aspectos cuantitativos como de los cualitativos.

Así como vimos con la numerosa participación de profesores en la contestación de la encuesta, la obtención de syllabus ha sido también muy significativa (63% del total), aunque ligeramente inferior a las encuestas conseguidas (74% del total), pues no todos los profesores que respondieron a la encuesta enviaron finalmente su programa académico. Como ya hemos mencionado en otra parte, lograr que los docentes enviaran su syllabus fue en muchos casos una tarea ardua y larga, que requirió una continua y persistente comunicación electrónica, telefónica y personal, bien con los mismos profesores responsables, bien con los decanos o directores de escuela. Esta dificultad, sobre todo a la hora de lograr una comunicación directa y fluida con los profesores para interesarles por la investigación, denota, aparte de algún caso aislado de desinterés, la generalizada situación de la universidad latinoamericana en la que es reducido el profesorado vinculado a tiempo completo lo que complica su colaboración más allá de sus horas de clase, así como el regular nivel de conectividad en dichos centros. Todo ello hace que la información obtenida (90 syllabus de cinco países), que podríamos considerar fuente primaria para la investigación en enseñanza de la ética periodística, tenga para nosotros un gran valor.

VI.2. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LAS UNIVERSIDADES DE PERÚ.

VI.2.1. Universo del estudio.

Al igual que en la encuesta a profesores de ética, el universo considerado para el análisis de los programas o syllabus de las materias de ética periodística o su equivalente ha sido la totalidad de los mismos. De este modo, en el cuadro siguiente reflejamos el alto porcentaje de syllabus obtenidos y estudiados:

Número de universidades en Perú ¹	71
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	36
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la materia de ética periodística (o la equivalente)	34 (94%)
Facultades/Escuelas de Comunicación que no contemplan la materia o no la imparten todavía ²	3
Facultades/Escuelas de C.S. que conforman el universo	33
Número de programas o syllabus obtenidos	27
Porcentaje de respuesta	82 %

Hay que añadir a estos datos el hecho de que los syllabus correspondan a doce de los veinticuatro departamentos peruanos, lo cual enriquece considerablemente la investigación por reflejar una opinión bastante amplia y diversa.

VI.2.2. Matriz de análisis de los programas de la materia de ética periodística.

¹ Información obtenida de la Asamblea Nacional de Rectores, organismo público peruano encargado de coordinar la actividad universitaria del país.

http://www.anr.edu.pe/index.php?option=com_frontpage&Itemid=44. Enero 2007, y contrastado con el directorio proporcionado por la profesora Rosa Zeta, de la Universidad de Piura (Perú), y con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

² La Universidad Privada del Norte (Trujillo) y la Universidad Señor de Sipán (Chiclayo) no tienen la materia en su plan de estudios, y la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (Chiclayo) todavía no la ha impartido por ser una carrera nueva.

	Universidad ³	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
1	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ Fac de CC y Artes Comunic (Lima)	Deontología de la Comunicación Rómulo Franco (2 créditos)	Reflexión y diálogo sobre el ejercicio profesional. Principios de la ética profesional. Elementos deontológicos para tomar decisiones profesionales éticas; estudio de códigos .	Ética general, Ética profesional, Ética periodística (la verdad, respeto a la persona y búsqueda del bien común como ejes de la profesión; secreto prof, cláusula concien), Deontología periodística, audiovisual, publicitaria, cine, comunic para el desarrollo	Ética general, Ética Profesional, Ética periodística, Código ONU, código UNESCO	Criterio 2: La condición para verificar el DI es la libertad positiva y responsable, Criterio 4: El límite es la persona humana, Criterio 5: autocontrol y sanciones
2	UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS Facultad de CC de la Comunicación (Lima)	Ética del Comunicador Social (4)	Manejar conceptos éticos Aplicar los códigos de: Federación Nac de Periodistas, Colegio de Periodistas, Asociación Nac de Periodistas, Asociación de publicistas	Ética general, Derecho a la información, libertad de expresión, Deontología periodística, Autorregulación o autocontrol	Ética general Ética periodística	Criterio 1: La misión del periodismo es el derecho a la información (DI), Criterio 2: libertad positiva y responsable, Criterio 5: autocontrol
3	UNIVERSIDAD DE LIMA Escuela Universitaria de Humanidades (Lima)	Ética Profesional (3) Miriam Larco, José Perla	Analizar deberes ética , integrar teoría ética-práctica, principales cuestiones éticas, Postulados gremiales y legales , Conocer el marco legal DI Conocer los códigos éticos	Ética general, Ética periodística (responsabilidad profesional , honor, rectificación, vida privada, secreto prof, etc.), deontología, DI, autocontrol (consejos prensa), ética publicitaria, radio, tv, cine	Deontología, DdI, Ética Per. Código Col de Per., Código de Autorregulac. Publici, Cód Ética Unificado	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo de prensa)
4	UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN Fac. de Traducc, Interpretación y CC de la Comunic (Lima)	Deontología en Comunicación (3) Nelly Aliaga, Jorge Yactayo	Integrar teoría ética-práctica profesional, conocer el marco legal, DI , conocer los códigos éticos	Ética general, Ética periodística (responsabilidad social , conflictos de interés, fuentes, rectificación, vida privada, secretos oficiales, dolor y violencia, etc.), deontología, DI, autocontrol (Consejo de la Prensa Peruana), ética audiovisual, ética publicitaria, ética RRPP, ética en internet	Étic Gral, Deont, DdI, Ética Period, Códigos Col Period., Radiodifusión, Panamericana TV, Plural TV, Difusión Encuesta, RRPP, Agencias Publicidad, CONAR, Libros Estilo El País, El Comercio	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo de prensa)
5	UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA Fac de CC de la Com y Tur (Lima)	Valores socio-culturales (3) Luis Javier Perla Anaya	Valores sociales y aplicación a la vida y profesional, Conflictos principios individ-valores soc, discriminación racial, impacto ambiental, equidad de género	Comunicación y cultura (modelos culturales y valores), Ética general (valores, responsabilidades, virtudes), Ética period. (respons prof vs. libertad, rectificación, etc.), deontología, autocontrol	Ética Periodística Sociología	Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)

³ En las distintas columnas, por cuestión de espacio, ha habido que abreviar las palabras, pero de modo que las frases sean inteligibles. Algunas abreviaturas recurrentes son: DI: Derecho a la información; LE: Libertad de Expresión; DdI: Derecho de la Información (como especialidad del Derecho); DDHH: Derechos Humanos.

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
6	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL Facultad de CC Sociales (Lima)	Ética y Deontología (3) Luz Marina Orellana Marcial	Persona, sujeto moral; límites LE y LI, conocimiento de la ética filosófica y la moral; mejorar actitudes éticas; marco legal	Ética general, Ética periodística (libertad de expresión, libertad de información, intimidad), deontología, DI, autocontrol	Ética General, Deontología, Ética Periodística, Códigos peruanos vigentes	Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)
7	UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS (Lima) EAP de Comunicación Social	Ética y Deontología (3) Jorge Hani Legunda	Aplicación principios éticos al comportamiento moral y responsabilidad social Conocer los códigos éticos	Ética periodística (virtudes del periodista, privacidad, sexo, los medios), deontología, autocontrol (consejos de prensa)	Deontología Ética Periodística Códigos de ética	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo de prensa), Criterio 4: límite la persona
8	UNIVERSIDAD PERUANA DE CC APLICADAS Carrera de Periodismo (Lima)	Ética Profesional (3) Guillermo Nugent	Razonamiento moral, proyecto de vida, creatividad moral, crecimiento personal	Ética general, Psicología, Sociología	Ética general	
9	UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN EAP de CC de la Comunicac (Lima)	Ética y Deontología Profesional (3) Queleón Elmer Mamani Quispe	Ejercicio crítico y responsable de los principios, valores y normas; Formación de la conciencia moral; Conocer normas éticas y principios deontológicos, códigos	Ética general, Ética periodística (responsabilidad profesional, verdad, libertad-responsabilidad social , rectificación, etc.), deontología, autocontrol (en lo audiovisual), ética del audiovisual, publicitaria, cine	Ética general, Deontología Ética Periodística	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol (códigos periodísticos y audiovisuales)
10	UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA Escuela Prof de CC de la Com (Lima)	Ética y Deontología Periodística (3)	Conocimientos teórico-prácticos de ética y deontología periodística, Compromiso con el código ético	Ética general, Ética periodística (dignidad humana, verdad-objetividad, fuentes), deontología , ética del audiovisual, publicitaria	Deontología Ética Periodística	Criterio 3: la verdad Criterio 4: la persona humana como límite Criterio 5: Autocontrol (códigos)
11	UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA (Lima)	Ética y Comunicación (2) Ana María Rosell Rosenthal	comportamiento ético, responsabilidad social del comunicador,	Ética gral, Ética perio. (valores-antivalores, modelos de vida, valores en el cine, veracidad, objetividad, fuentes, difamación, independencia, LE y de empresa), deontología, DI (derechos y deberes del oyente) , ética public, audiovisual, cine, RRPP	Deontología Ética Periodística	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
12	UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES EAP de CC de la Comunicación (Lima)	Ética y Deontología (4) Amador Navarrete	deberes, responsabilidades y derechos del comunicador derecho social de la información , ética publicitaria y de las RRPP	Ética gral, Ética profesional, Ética perio (bien común, responsabilidad, servicio social, verdad, objetividad, secreto prof, intimidad, LE y de prensa), deontología, autocontrol (ombudsman, consejos prensa, auditorías, tribunales) , ética publicitaria, audiovisual, RRPP	Ética General, Ética Profesional, Deontología, Códigos UNESCO, Colegio Period, Radiodifusión, Dodecalogo CJC	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo de prensa)
13	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ (Lima)	Ética y Deontología (3 créditos) Hugo Garavito Amézaga	Comprender problemas éticos y actuar de manera profesional, deontológica y responsable. Conocimiento y reflexión sobre la ética como ciencia. Visión histórica y social actual.	Ética general, Ética profesional, ética social, Ética periodística, Deontología periodística, Autorregulación o autocontrol	Ética general, Ética periodística	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol
14	ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUSATE Y MEZA (Lima)	Ética Periodística (3) Jesús Kohagura Gahonal	estudio ética general, axiología y ética periodística, estudio de los códigos , limitaciones de LE y LP	Ética general, Ética periodística (verdad, verdad informativa, objetividad, intimidad, censura, autocensura, secreto prof, cláusula conc), deontología , LE y LP, autocontrol (consejos prensa)	Ética General, Deontología, Ética Periodística Códigos Colegio Per, FPP y ANP, Código UNESCO, FELAP, FIP	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo prensa)
15	UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO Fac de CC Soc, Ed. Comunic (Huaraz)	Ética y Deontología de la Comunicación (3) María Angélica Méndez Espinoza	Desarrollar el criterio ético, integridad personal, conocimiento de la moral y la autorregulación, conocer marco jurídico, promover alternativas de autorregulación	Ética General, Ética Periodística, DI (Ley de acceso a la inform) , DdI, Deontología (propuesta de código de ética), Autocontrol (tribunales de honor) , ética audiovisual, publicitaria, RRPP, internet	Ética Periodística, Deontología, DdI	Criterio 1: DI, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos, tribunal de honor)
16	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA EAP de Com. Soc (Chimbo-te, Ancash)	Deontología Periodística (2) Carlos A. Sánchez Vásquez	Integrar teoría ética-práctica, diferencias ética-deontología Conocer los códigos éticos y el marco legal; delimitar la verdad	Ética general, Ética periodística (verdad, secreto profesional, privacidad, libertad y responsabilidad profesional), deontología, DI, autocontrol (consejos de prensa)	Ética Periodística, Deontología, Código Colegio de Per.	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo prensa)
17	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN Escuela Profes de CC de la Comunic (Arequipa)	Ética Periodística (8) Karola Lara Manchego	Adquirir conciencia de los elevados deberes y responsabilidades ; énfasis en responsabilidad, honestidad servicio social, amor a la verdad, desinterés	Ética general, Ética periodística (objetividad, verdad informativa, secreto profesional, intimidad, etc.), deontología , LE y LP, DI, autocontrol (ombudsman)	Ética Gral, Deontología, DdI, Ética Per, Código UNESCO, Dec Chapultepec, Colegio Period., Código Radiod Peruana	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos, ombudsman)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
18	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA Fac de CC y Tecnol Soc y Humanidad (Arequipa)	Deontología de la Comunicación (3) Heriberto Carlos Luza Gironzini	Asumir conductas y valores; cumplir deberes profesionales; manejo de los códigos	Ética general, Ética periodística (responsabilidad social , verdad, vida privada, secreto profesional, etc.), deontología , ética publicitaria	Ética General Ética Periodística Dodecálogo de CJC	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos)
19	UNIVERSIDAD NACIONAL SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA Esc Form Prof CC Com (Ayacucho)	Ética Profesional (4) Raúl Cárdenas Mendivil	Asumir principios éticos, responsabilidad del comunicador, perfil del ser humano responsable , conciencia crítica y reflexiva	Ética general, Ética Profesional, Ética periodística (deberes profesionales, objetividad, dignidad humana, derecho de respuesta y rectificación, responsabilidad del comunicador , intimidad), DI	Ética Periodística, Deontología	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona
20	UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO Fac de Com Social e Idiomas (Cusco)	Deontología de la Comunicación (4) Leonel Guzmán Calderón	Formación en los principios éticos-deontológicos en la vida, en la profesión y en el control social, responsabilidad y deberes del comunicador, elevar la condición humana	Ética general, Ética profesional, Ética periodística (verdad, lealtad, bien común, justicia, libertad, dignidad, responsabilidad, responsabilidad social , rectificación, difamación, secreto profesional, etc.), deontología , DdI, LE, LP, LEmpr., ética publicitaria, RRPP	Ética General, Ética Periodística, Deontología Códigos de ética	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
21	UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN Escuela Académico Profesional de CC de la Comun Social (Huánuco)	Legislación y Ética en Comunicación Social (3) Julio César Quiroz Alvarado	Integrar teoría ética-práctica Deberes y derechos del comunicador, Fuentes de sus responsabilidades: derecho, gremios, códigos y normas , promover conducta moral y legal, Promover la responsabilidad social Conocer los códigos éticos	Ética general, Ética profes, Ética periodística (censura, autocensura, secreto profesional, libertad-responsabilidad , objetividad, verdad, etc.), deontología , DI (I y DDHH, cinco doctrinas, derechos de los comunicadores), autocontrol , ética publicitaria, de radio y tv, cine, DdI	Ética Periodística, Deontología DdI, Código Colegio de Periodistas	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 5: Autocontrol (códigos)
22	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO Esc Prof de CC de la Comun (Trujillo)	Ética y Comunicación (3) Alberto Pinillos Bocanegra	Conocer los deberes de los comunicadores, promover las responsabilidades sociales , normas deontológicas, compromiso personal y social con la comunidad	Ética general (la persona, valores, virtudes, perfección, rectitud), Ética Periodística (comportamiento ético del periodista)	Ética General, Ética Periodística, Deontología	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
23	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO Escuela Académico Profesional de CC de la Comunica (Trujillo)	Filosofía y Ética (3 cr) Carmela Paz Huamán (2006)	Ejercer la reflexión y criticidad, razonamiento teórico de la ética, práctica moral en la convivencia social, conciencia social para una sociedad justa, libre y moral, realización plena persona	Filosofía, Epistemología, Antropología, Ética general (axiología, libertad y responsabilidad moral), Ética periodística (valores éticos en el periodismo)	Filosofía, Epistemología, Antropología, Ética general	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona
24	UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO Escuela Profes de CC de la Comunica (Chiclayo)	Deontología de la Comunicación (3 cr) Rosario del Milagro Wong Chung (2007)	Fundamentar valores esenciales para el ejercicio profesional con responsabilidad social , deberes y derechos del comunicador, conocer el marco legal , conocer los códigos éticos	Ética general, Ética Profesional, Ética periodística (libertades y responsabilidades de los comunicadores, secreto profesional, intimidad, etc..), deontología, DI (ley de acceso) , LI y Com., ética publicitaria, audiovisual, RRPP	Deontología Ética Periodística Código UNESCO, Decl. Chapultepec, Código Radiodifusión Peruana, Códigos publicidad, RRPP	Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos), Criterio 4: límite la persona
25	UNIVERSIDAD DE PIURA (Piura)	Deontología (3 cr) Rosa Zeta de Pozo (2007)	Formación criterio ético del informador, transcendencia de la ética	Ética general, Ética Profesional, Ética periodística (procedimientos, privacidad, rectificación, secreto), deontología, DI (armonización con otros DDHH), autocontrol , ética publicitaria y de RRPP	Deontología Ética Periodística Código Colegio de Period., código ONU, Código europeo	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejo de prensa, ombudsman, libros estilo, ppios editoriales)
26	UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA Facultad de CC SS y Educación (Piura)	Ética y Deontología Profesional (3 cr) José Miguel Godos Curay	Nociones fundamentales de ética y deontología Conocer los códigos éticos, proponer un código de ética	Ética general, Ética periodística (virtudes del periodista, secreto, verdad, justicia, libertad, responsabilidad profesional, conflictos de intereses, gremialismo), deontología, DI, LE , ética publicitaria	Filosofía, Ética General, Deontología DdI, Ética Periodística Código Colegio de Per.	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 5: Autocontrol (códigos)
27	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO Escuela Profesional de CC de la Comunicación (Puno)	Deontología y Ética (3) Javier Azpa Quispe	Sólida formación ética, compromiso con el cambio social, desarrollar cultura de comunic. e informac (acceso a redes de inf), democracia participativa, afrontar con responsabilidad los problemas, conocer y analizar los códigos éticos	Ética general, Ética periodística, deontología (periodística, publicidad, RRPP)	Ética General, Ética Periodística, Deontología, códigos de ética del Perú	Criterio 5: Autocontrol (códigos)

VI.2.3. Resultados del análisis de los programas de Perú.

Veamos en el siguiente cuadro un análisis de la presencia de cada criterio en los códigos:

Criterios	Programas en que aparece (de un total de 27)	Porcentaje
1: La misión del periodismo es el Derecho a la Información	9 programas	33 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad	22 programas	81 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	11 programas	41 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	18 programas	67 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol	23 programas	85 %

Respecto del **primer criterio**, sobre la misión de la prensa de servir al Derecho a la Información (DI), a primera vista podríamos decir que tiene una baja presencia en los syllabus dado que aparece en 9 de los 27 programas recopilados (33%). No obstante, si hacemos un análisis global, no de los criterios por separado, sino tomados conjuntamente e interrelacionados entre sí, la valoración sobre los programas se amplía.

De este modo, hay que tomar en cuenta la presencia mayoritaria del **quinto criterio**, referido al autocontrol, que aparece en el 85 % de los programas, lo cual refleja la importancia concedida al estudio e implementación de mecanismos de autocontrol en los medios. Los programas se centran especialmente en el análisis y promoción de códigos deontológicos y en los consejos de prensa, lo cual es explicable teniendo en cuenta la fructífera tradición deontológica peruana y por casi una década de existencia del Consejo de la Prensa Peruana. Además, en casi todos los syllabus se analiza el deber de rectificación. En menor medida, se tratan otros mecanismos como los tribunales de ética, las auditorías éticas y el *ombudsman*. De esto podemos inferir que, pese a no aparecer formulado el DI, el espíritu del mismo está presente en la mayoría de programas, ya que el sentido del autocontrol es una consecuencia de considerar la información como un derecho universal del individuo y de reconocer la responsabilidad que adquiere el profesional ante ello, como ya vimos en el tema II.

La importante presencia del **segundo criterio**, sobre la libertad positiva y responsable, al servicio y como condición del DI, refuerza también lo comentado en el párrafo anterior. Este aspecto está presente en un 81 % de los syllabus, expresado de distintas maneras:

1. en la relación libertad-responsabilidad,
2. en el tratamiento de la responsabilidad social del informador,
3. en el énfasis concedido a los deberes y responsabilidades profesionales, no sólo a los derechos,
4. en la defensa de las libertades de expresión, información y de prensa y en el análisis de sus límites,
5. en el libre acceso a las fuentes y a la información, y en
6. la cláusula de conciencia y el secreto profesional como garantía de libertad e independencia del periodista en un medio.

El enfoque de la responsabilidad/DI queda reflejado también a través del **cuarto criterio**, sobre la persona como límite al DI, presente en 67 % de los programas, y del **tercer criterio**, sobre la verdad como deber fundamental del periodista, presente en 41 % de los programas. Es destacable la preocupación por la defensa de la persona humana, lo cual está expresado de diversos modos, como vemos en los siguientes syllabus:

1. El respeto a la persona como uno de los ejes del quehacer informativo. (Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima)
2. La ética y creatividad moral del periodista al servicio del crecimiento personal. (Universidad de Ciencias Aplicadas, Lima)
3. Promover la formación de periodistas íntegros con una visión moral y espiritual de la persona. (Universidad Santiago Antúnez de Mayolo, Huaraz)
4. Respeto a las normas morales para elevar la condición humana. (Universidad San Antonio Abad del Cusco)
5. Descubrir en la relación persona-ética los aspectos esenciales y trascendentes del ser humano. (Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo)
6. Buscar, a través de la reflexión y crítica sobre la realidad, formar periodistas con sólida conciencia social, con justicia, libertad y moral, para que promuevan la realización plena de la persona humana. (Universidad César Vallejo, Trujillo)

A la vista del análisis anterior, podemos concluir que los syllabus de ética de las universidades peruanas contienen en una gran medida el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol, lo cual consideramos que puede contribuir bastante a la mejora de la práctica periodística. En cuanto a la concepción y contenidos que abarca la asignatura, es evidente la orientación práctica de la materia, pues, aunque la mayoría de materias tienen una primera parte de ética general, tratan sobre todo de los deberes del periodista y de los problemas éticos que plantea la profesión. Otro aspecto destacable es que se delimita el campo de la ética del jurídico, pues en la mayoría de programas no se abordan las cuestiones legales y en aquellas que se hace no se le dedican muchos temas.

VI.3. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LAS UNIVERSIDADES DE ECUADOR.

VI.3.1. Universo del estudio.

Al igual que en la encuesta a profesores de ética, el universo considerado para el análisis de los programas o syllabus de las materias de ética periodística o afines ha sido la totalidad de los mismos. De este modo, en el cuadro siguiente reflejamos el porcentaje de syllabus estudiados:

Número de universidades en Ecuador ⁴	74
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	35
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la materia de ética periodística (o la equivalente)	34 (97%)
Facultades/Escuelas de Comunicación que no contemplan la materia o no la imparten todavía ⁵	4
Facultades/Escuelas de C.S. que conforman el universo	31
Número de syllabus o programas obtenidos	16
Porcentaje de respuesta	51,6 %

Hay que añadir a estos datos el hecho de que los syllabus correspondan a ocho de las doce provincias que cuentan con Facultad o Escuela de Comunicación Social, por lo que hay una buena representación de las zonas geográficas del país. Por otro lado, los syllabus conseguidos corresponden a las universidades públicas y privadas más importantes del país.

VI.3.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.

⁴ Información oficial obtenida de la web del Consejo Nacional de Educación Superior: http://www.conesup.net/lista_universidades.php, consulta: 30-4-07, y contrastado con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

⁵ Que son la Universidad Nacional de Loja (UNL), que no la imparte, y la Universidad de los Hemisferios (UH), Universidad Internacional del Ecuador y Universidad Alfredo Pérez Guerrero que aún no han impartido la materia por ser una carrera nueva.

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
1	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR (Quito) Escuela de Comunicación Social	Deontología y Legislación León Espinosa (3 créditos)	Formación integral y humanista, ejercicio de valores en la vida cotidiana, responder a las demandas y problemas éticos que plantea la profesión.	Ética general, Ética periodística, Deontología (códigos medios impresos y audiovisuales), Autocontrol (Tribunales de Honor) , DdI (leyes, DDHH, ©)	Ética general, Ética Profesional, DI, Código ético ecuatoriano, código UNESCO, Psicología, Comunicación	Criterio 4: El límite es la persona humana, Criterio 5: autocontrol (Tribunales de Honor, códigos)
2	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA Escuela de Comunicación Social (Quito)	Deontología (2 cr) Bolívar Chiriboga	Principales, problemas axiológicos, elementos de un código ético, DI, LE	Ética general (valores), Ética periodística (ética-política-estética, ética de los procedimientos), deontología (prensa, radio y TV), DI,	Ética General, Deontología, Código europeo, Dodecalogo ético CJC	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
3	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK (Quito) Fac. de Comunicación Social	Ética Periodística Paúl Mena	Enfrentar dilemas éticos, ejercicio profesional con valores, credibilidad social de la profesión, interiorizar valores, compromiso ético, conjugan LE y la ética	Ética general (valores), Ética periodística (objetividad, imparcialidad, exactitud, procedimientos, privacidad, presiones, salarios, libertad y responsabilidad , independencia), deontología, DdI, LE, acceso a la I,	Étic Gral, Deont, Ética Period, Códigos UNESCO, ecuatoriano, Decl Chapultepec, Periodismo, Comunicación	Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)
		Deontología Profesional Isabel Vohringer	Ejercer valores	Ética general (persona), Ética profesional, Ética period. (verdad, objetividad, exactitud, veracidad, autenticidad, secreto profesional), DI, DDHH, LE, deontología (el deber, norma ideal de comportamiento)	Periodismo, Comunicación (Opinión Pública)	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona
4	UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO Colegio de Periodismo	Leyes y Ética de la Comunicación Eric Samson	Principales conflictos profesionales, principios éticos, , leyes sobre intimidad y respeto a las personas, ©, límites de la libertad, códigos éticos , leyes	Ética general (ética vs derechos, Hª. Ética, bien, virtud, deber con la verdad) Ética periodística (veracidad, responsabilidad , etc..., privacidad), deontología (ppios deontológicos, códigos , DI, DdI, ética de la publicidad, RRPP, radio y tv, internet	Ética Periodística, Deontología, Periodismo	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol (códigos)
5	UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS (Quito) Carrera de Periodismo	Ética Periodística Amelia Ribadeneira	Conocer ética general, periodística, proceder ante dilemas éticos	Ética General (libertad, conciencia), Ética periodística (información, desinformación, fuentes, privacidad, violencia, violación derechos), deontología (códigos éticos)	Código ético FELAP, código ético ecuatoriano	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos),

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
6.	UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR (Quito) Fac de Comunicación Social	Legislación y Deontología Roque Rivas, Guadalupe Fierro, Paúl Bonilla, Fabián Guerrero Galo Montalvo (4 hs)	Familiarizar a los estudiantes con derecho y la Ética Periodística, en el cambio jurídico de Ecuador, aplicación código, aplicación ley acceso inform pública	Sociedad y derecho (el hombre social, familia, sociedad, Derecho), Derecho (conceptos, especialidades, fuentes, Estado, Ley periodista), DDHH, Ley acceso inform pública, Ética Period (código, fuentes, engaño, rectificación), gremios nacionales e intern	Código de ética, LOTAIP (ley acceso a la inform pública)	Criterio 1: DI Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol (códigos)
7.	UNIVERSIDAD DEL AZUAY (Cuenca) Escuela de Comunicación Social	Ética y Legislación de la Comunicación (5 cr.) Jorge Piedra	Defensa verdad, justicia, libertad, apropiarse de contenidos deontológicos, conocimiento leyes del país	Ética general (valores, criterio ético), Ética periodística (virtudes periodísticas, sensacionalismo, secreto profesional, honestidad, competencias), deontología (códigos ecuatoriano, del audiovisual, de publicidad, LE (limitaciones, restricciones), DDHH, DdI (honor, honra, intimidad, derecho a la verdad y al secreto profes, delitos, leyes, ley de acceso a la Inf.)	Ética Periodística Deontología, DdI, Periodismo	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: la persona humana como límite Criterio 5: Autocontrol (códigos)
8.	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA Carrera de Comunicación Social	Ética Periodística Sandra Ochoa Naula	No se especifican.	Ética gral, Ética perio. (ética en los pasos de producción de noticias, presiones políticas y económicas, análisis programaciones, sensacionalismo)	Ética Periodística, Periodismo, Psicología	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos)
9.	UNIVERSIDAD DE CUENCA Escuela de Comunicación Social	Principios, Valores y Ética de la Comunicación Social (4 cr.) Bolívar Ávila S.	Crecimiento moral de la persona, deseo de superación personal-profesional, principios y valores, promover cultura ética y de valores	Ética gral (perfección moral e integral, naturaleza humana, valores y cualidades), Ética perio (libertad-responsabilidad , verdad, exactitud, imparcialidad, independ), deontología (código ecuatoriano, nuevo código)	Ética General, Ética Periodística, Psicología, Valores, código ecuatoriano	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Autocontrol (códigos)
10.	UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO (Guayaquil)	Ética y Comunicación (3 cr.) Aníbal Pentón	Crítica de la dimensión ética de la comunicación, desinformación, fuentes, cobertura sobre integridad y dignidad de la persona y la sociedad, valores morales	Ética general (bien, naturaleza humana, mal, ley natural, bien común y sociedad civil, responsabilidad social ,), Ética periodística, ética comun. Organiz., ética Internet, ética y ©, ética instituciones públicas	Ética general, Morales religiosas, Comunicación	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
11.	UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL	Ética (3 cr) Juan Ignacio Vara	Búsqueda de la verdad, construcción personal, asimilar valores, compromiso personal,	Ética Gral (conceptos, teorías éticas, persona, libertad, conci. moral, valores, felicidad, justicia, ciudadanía, sdad civil, ética y política, bioética, ecología), Ética Prof., Ética Periodística (resp. prof), Deont (códigos), DDHH	Ética General, Bioética, Ética Profesional, Ética Periodística, Ética Cristiana	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona, Criterio 5: Auto-control (códigos)
12.	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE STO DOMINGO Escuela Com Social	Deontología y Legislación (3 créditos) Martha Luz Forero	Descubrir la dignidad humana como fundamento ético, el derecho a la información como fundamento de la libertad de expresión	Ética general (dignidad persona), Ética periodística (libertad-respons. , verdad, ética procedimientos, privacidad, intimidad, honor, protección infancia-juventud, defensa vida humana), Deontología (códigos internacionales, ecuatoriano, UNESCO, UE)	Ética gral, Ética period., Deontología, códigos UNESCO, europeo, ecuatoriano, código FELAP	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad positiva y responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: autocontrol (códigos)
13.	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA Escuela de Comunicación Social	Ética Periodística (2 cr.) Luján González	Descubrir la dignidad humana como fundamento ético, el derecho a la información como fundamento de la libertad de expresión	Ética general (dignidad persona), Ética periodística (libertad-responsabilidad , verdad, ética procedimientos, privacidad, intimidad, honor, protección infancia-juventud, defensa vida humana), Deontología (códigos internacionales, ecuatoriano, UNESCO, UE)	Ética general Ética periodística, Deontología, código UNESCO, Código europeo, código ecuatoriano, código FELAP	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad positiva y responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: autocontrol (códigos)
14.	UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA Escuela de Comunicación Social	Ética Periodística (2 créditos) Ana Lucía Unda	Descubrir la dignidad humana como fundamento ético, el derecho a la información como fundamento de la libertad de expresión	Ética general (dignidad persona), Ética periodística (libertad-responsabilidad , verdad, ética procedimientos, privacidad, intimidad, honor, protección infancia-juventud, defensa vida humana), Deontología (códigos internacionales, ecuatoriano, UNESCO, UE)	Ética general Ética periodística, Deontología, código UNESCO, Código europeo, código ecuatoriano, código FELAP	Criterio 1: DI, Criterio 2: libertad positiva y responsable, Criterio 3: la verdad, Criterio 4: límite la persona Criterio 5: autocontrol (códigos)
15.	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO Fac de CC. Social	Legislación y Ética Profesional (3 cr) Catalina Barzola	Análisis del Derecho de información pública, ley del periodista, ética profesional, defensa derechos del periodista, el derecho como instrumento de defensa de los s.h.	Ética General (persona), Ética Profesional (trabajo, profesión), Deontología (código de ética ecuatoriano), DdI (ley de acceso a la información pública, Ley de Ejercicio Profesional),	DdI, Leyes (acceso a la Información, Ejercicio Profesional), código de ética periodista ecuatoriano	Criterio 5: autocontrol (códigos)
16.	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO Fac. Jurisprudencia y CC Sociales	Ética Comunicacional Eliza Vayas Ruiz	Aplicación de la ética en la comunicación, formación integral, satisfacer necesidades sociales, respeto a los valores y a la normativa legal	Ética general (conceptos de ética y valores), Ética Periodística (ética y técnica en pos de la verdad, principio prima facie) Deontología (normas éticas, Códigos) DdI (conocer normas legales)	No se especifica.	Criterio 3: la verdad Criterio 5: autocontrol (códigos)

VI.3.3. Resultados del análisis de los programas de Ecuador.

Veamos en el siguiente cuadro un resumen cuantitativo de la presencia de cada criterio en los códigos:

Criterios	Programas en que aparece (de un total de 15)	Porcentaje
1: La misión del periodismo es el Derecho a la Información	5 programas	33 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad	13 programas	87 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	9 programas	60 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	12 programas	80 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol	14 programas	93 %

A nivel general apreciamos que hay una fuerte presencia de todos los criterios en los programas, lo cual indica que éstos están elaborados desde el enfoque de la responsabilidad, aunque hay que hacer una serie de salvedades. El **primer criterio**, sobre la misión de la prensa de servir al Derecho a la Información (DI), es el que más baja presencia tiene, lo cual no es un resultado positivo dada la importancia de este criterio.

Por otro lado, habando del **quinto criterio**, sobre el autocontrol, hay que decir que casi el único mecanismo que se menciona en los programas es el código deontológico y no aparecen los restantes como son el *ombudsman*, los consejos de prensa, los tribunales de ética, observatorios, veedurías, etc... Tan solo el programa de la PUCE menciona los Tribunales de Honor y sólo tres programas (PUCE Ibarra, PUCE Santo Domingo y UTPL) mencionan el derecho de rectificación, lo cual indica el desarrollo aún incipiente de estos mecanismos en el Ecuador.

No obstante, como ya vimos al hablar de Perú, nos parece importante que 11 de los 12 programas analicen los códigos éticos porque esto evidencia que se está poniendo énfasis en los deberes y en la responsabilidad de los medios, en cuya toma de conciencia está el origen del autocontrol.

Igual que comentábamos al respecto de Perú, la importante presencia del **segundo criterio**, sobre la libertad positiva y responsable, al servicio y como condición del DI,

refuerza también lo comentado en el párrafo anterior. Este aspecto está presente en el 87 % de los syllabus, expresado de distintas maneras:

1. Establecer los límites de la libertad personal y profesional (U. San Francisco de Quito)
2. Restricciones al derecho a la libertad de expresión: el derecho ajeno el derecho a la vida la moral social, la seguridad nacional, la paz social y la convivencia internacional. (U del Azuay)
3. Libertad y Responsabilidad como valores éticos fundamentales (U de Cuenca)
4. Conjugar la libertad y la responsabilidad (Universidad SEK).

Destacamos la importancia concedida al **cuarto criterio**, sobre la persona como límite al DI, presente en 80 % de los programas. Esta preocupación por la persona humana la vemos reflejada de distintos modos:

1. En la búsqueda de una formación humana integral y en el crecimiento moral de los periodistas (PUCE, PUCE Ibarra y PUCE Santo Domingo, U de Cuenca, UTPL)
2. En proponerse la práctica de las virtudes periodísticas y de los valores humanos (PUCE, SEK, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Universidad del Azuay, Universidad de Cuenca).
3. En el estudio de la naturaleza humana y en la defensa de su integridad y dignidad (SEK, UEES, Universidad de Cuenca, PUCE Sede Ibarra y PUCE Sede Santo Domingo)

Como conclusión del análisis podemos decir que pese a no aparecer explícitamente la defensa del derecho universal a la información así como el término autocontrol sí se evidencian otros aspectos importantes del enfoque de la responsabilidad como la preocupación por ejercer una libertad responsable y defender la dignidad de la persona. Pero lo más notorio es el enfoque deontológico que tienen los programas ecuatorianos por la presencia generalizada de temas dedicados a los deberes de los periodistas y al estudio de los códigos. Esto contrasta con la ausencia del estudio de otros mecanismos de autocontrol y refleja la situación todavía germinal del autocontrol en el Ecuador.

VI.4. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LAS UNIVERSIDADES DE COLOMBIA.

VI.4.1. Universo del estudio.

Al igual que en la encuesta a profesores de ética, el universo considerado para el análisis de los programas o syllabus de las materias de ética periodística o afines ha sido la totalidad de los mismos. De este modo, en el cuadro siguiente reflejamos el porcentaje de syllabus estudiados:

Número de universidades en Colombia ⁶	73
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	39
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la materia de ética periodística (o la equivalente)	37 (95%)
Facultades/Escuelas de Comunicación que no contemplan la materia o no la imparten todavía ⁷	3
Facultades/Escuelas de Comunicación que conforman el universo	35
Número de syllabus o programas obtenidos	21
Porcentaje de respuesta	60 %

VI.4.2. Matriz de análisis de los programas de ética periodística.

⁶ Información obtenida del Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior, organismo estatal: <http://www.icetex.gov.co/BancoConocimiento/U/Universidades/colombia.htm>, consulta: 18-11-07, y contrastado con el directorio de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y con el directorio de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social (AFACOM).

⁷ Las Universidades EAFIT y Jorge Tadeo Lozano no tienen la materia; la Universidad Católica de Oriente y U del Tolima aún no la imparten.

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
1	UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN Facultad de Comunicación	Ética (2 créditos)	Entender nociones fundament y teorías éticas históricas, ética comunicativa, estudio códigos , mejora del ejercicio profesional, valores humanos esenciales para excelencia moral y ciudadana	Ética general (conciencia moral, principio de responsabilidad , libertad, sujeto ético, Hª de la Ética, ética indiv-social, valores), Ética periodística (Comités de ética), Deontología (código)	Ética general, Ética Profesional, Ética periodística, Ética empresarial, Deontología,	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: El límite es la persona humana, Criterio 5: autocontrol (Comités de ética, códigos)
2	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA (Medellín) Fac de Comunicaciones	Ética y Legislación Periodística Azael Carvajal	Conocer normas legales y éticas, cumplim responsab legal, social y ética, incorporar ppios y valores democrát, juicio crítico legal y ético de periodismo	Ética general, Ética Periodística (ética y DI, bien común, inform veraz y suficiente, independ, plagio, ©, derechos fundamentales, responsabilidad periodista, el period debe satisfacer el derecho a la información), DdI,	Ética General, Ética Periodística, DdI	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad
3	UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA (Medellín) Fac. de Com Social	Ética Profesional (1 cr, 2 h) Juan José García Posada	Pensar críticamente el <i>ethos</i> profesional, conocer presup. filosóficos-antropol, conocer leyes y código ético , valores, ppios y normas, aplicac. a casos, asumir posición ética, realiz. humana y servicio social, humanismo cristiano	Ética general (valores), (respons. Social , valores, virtudes, deber), Ética periodística (verdad, incompatible del period con otras profes, ética universal, ética e Internet, sen-sacional, ecología, guerras, límites ético-jurídicos del DI, periodismo-empresa, bioética, infancia, intimidad,), deontología (códigos éticos , nuevas propuestas, análisis comparado, asuntos esenciales códigos, independend), Ombudsman , Legislación (tipos de responsa-bilidad, acceso a la Infor pública, ©)	Ética Periodística, Ética Profesional, Deontología (manuales de estilo , códigos)	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
4	UNIVERSIDAD LASALLISTA (Medellín)	Ética de la Comunicación y el Periodismo (2 hs)	Reflexión con un horizonte humano y profesión como proyecto responsable y libre. Afrontar críticamente los principales problemas del periodismo	Ética general, Deontología (ética y responsabilidad. Social, privacidad, comparación códigos, elaborar código personal...)	Ética General, Ética Periodística,	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol(códigos)
5	UNIVERSIDAD CENTRAL (Bogotá) Fac. de CC Sociales, Human. Y Artes	Ética, Derecho a la Información y la intimidad María Teresa Herrán	Comprender implicaciones democráticas de derecho a la comunicación : la Libertad de opinión y el DI ; principios éticos básicos para ejercicio responsable del periodismo	Ética General (valores, virtudes), Ética periodist (Responsabilidad social y ética period, libertad-responsabilidad , (Derecho humano a la comunicación (perspectiva ética y jurídica), DDHH (aproximación vivencial, perspectiva ética y jurídica)	Ética general, Ética Periodística, DdI, Código de ética del CPB , Periodismo y guerrilla	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
6.	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA (Bogotá) Fac. Comunicación y Lenguaje	Deontología Periodística Marisol Cano	Conocimiento y debate de deberes y normas éticas, apropiarse valores esenciales del periodismo, marco legal, códigos , derechos LE, Lib Inform, Lib Prensa, deber de ofrecer información veraz, exacta a todo ciudadano para que sea libre y se gobierne	Ética periodística (valores esenciales: verdad, independencia, responsabilidad social , relación con la empresa, cláusula prof, responsabilidad prensa), Deontología (autorregulación, códigos, manuales de estilo), DdI (constit, Lib prensa y DD fundam, leyes intern,) LE, LI y LP en Colombia y mundo, organiz. defensoras LE	Ética Periodística, Deontología, Periodismo, DdI	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, manuales de estilo)
7.	UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA (Bogotá)	Ética (2 cr) Patricia Gómez	Aplicación de la ética a la práctica profesional, conocer principios de los códigos,	Ética Period (principios éticos relación periodistas-empresas: incompatibilidad, corrupción, encubrimiento, conflicto de intereses, cláusula conc, secreto profesional, métodos obtención noticias, problemas conflicto armado) Deontología (necesidad de la deontología, deber ser, valores y principios)	Ética Periodística, Periodismo, Códigos CPB, El Tiempo, El Colombiano, El País	Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)
8.	UNIVERSIDAD DEL ROSARIO (Bogotá) Escuela de Ciencias Humanas	Ética y Opinión Pública (3 hs) Hernando Escobar Vera	Ética period. y DI, carácter lucrativo medios, intereses políticos. Comunicar y bien común, efectos comunic. en op. pública y formación de eticidades	Ética general, Comunicación y cultura (eticidades religiosas y civiles, op. pública, las minorías, comunicación política), DI (op. púb y DI, servicio público)	Ética General, Ética Periodística, Comunicación, Op. Pública	Criterio 1: DI
9.	UNIVERSIDAD DE LA SABANA (Bogotá) Fac. Derecho, CC Polít y Sociales	Ética Profesional (2 cr) Pablo Álamo	Principios éticos de la profesión, detectar alcance ético y responsabilidad social de la profesión frente al carácter no absoluto de las libertades de la comunicación	Ética profesional (profesión y profesional), Ética periodística (objetividad, imparcialidad, neutralidad y verdad en la información, desarrollar estados mentales frente a la verdad, limitaciones éticas frente a fuentes y receptores, privacidad, sensacionalismo), Legislación (status profesional, reglamento periodismo, LE, de op. e inform) Autorregulación (códigos, deberes buen period.)	Ética Periodística, Deontología, DdI	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
10.	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES (Bogotá) Fac CC Comunicación	Seminario de Humanidades (2 cr)	Discernir problemas éticos sociales y personales, construir definición ética, adoptar posición crítica frente a la realidad, construir proyecto de vida personal, conciencia moral, búsqueda verdad	Ética General (teorías éticas, ética-sociedad-convivencia, responsabilidad social, valores), Ética Profesional (códigos éticos profesionales), Ecoética, Bioética,	Ética General, Ética Profesional, Bioética	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol (códigos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
11.	UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (Bogotá) Esc CC SS Artes y Humanidad	Ética y Comunicación (2 cr) Elizabeth Heigy	Analizar con criterios éticos la comunicación, garantizar la participación de la comunidad en la defensa del derecho fundamental a la información.	Regulación de la LE e Inform a través de códigos de honor y leyes; Ppios de los códigos; Manual de estilo; defensor del lector; observatorios; tratados internacionales	Ética Periodística, Periodismo, Comunicación y Política	Criterio 1: DI Criterio 5: Autocontrol (códigos, defensor lector, observatorios)
12.	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR (Cartagena Indias) Pro Comun Social	Ética de la Información (3 cr)	Formarse en rectitud y honradez detectar situaciones de manipulación, ser sincero, trabajo periodístico a conciencia	Ética Periodística (profesión y su ejercicio), DdI (Dcho de inf y dcho a la inform, dcho respuesta y rectificación, delitos de la inform contra la integ personal, propiedad, tranquilidad pública, respons civil)	Ética Periodística, Periodismo, Comunicación	Criterio 2: libertad responsable
13.	UNIVERSIDAD DEL VALLE (Cali) Escuela de Com Social-Periodismo	Comunicación masiva y mediaciones éticas Camilo Aguilera Toro	Reflexión sobre condiciones económicas, políticas, tecnológicas y culturales en que se desarrolla la ética periodística	Ideologías presentes en los códigos, periodismo y capi-talismo, Lib Prensa y DI: tensión: libertad-responsabilidad social , informac como bien común o como mercancía, críticas a ideología de la objetividad, mino-rías, periodismo cívico y democ participativa	Ética Periodística, DdI, Periodismo, Comunicación, Cultura,	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 5: Autocontrol (códigos)
14.	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA (Cali) Fac. Humanidades y CC Sociales	Ética de la Comunicación Gabriel Jaime Pérez Montoya	Conciencia crítica y práctica responsable de ppios, valores y normas del periodista, fundam. teóricos, ética civil y moral cristiana, resolver problemas éticos de la comunicación	Ética General (conceptos: deontología, corrientes éticas, ética de la persona, ética cristiana), Ética Periodística (verdad-sentido rectificac, libertad-responsabil , cláusula conc., justicia-DDHH-©, privaci-dad-intimididad, violencia, sexo-género, religión), Deontología (estudio códigos),	Ética General, Ética Periodística, Deontología, Magisterio Iglesia	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
15.	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE (Cali) Facultad de Comun Social	Conozco lo bueno y hago lo malo. ¡Qué tentación tan...! (3 cr) Jaime Valderrama	Sentido de lo ético y de la vida humana, conocimiento de la persona , sentido de la ética profesional	Ética gral (persona humana, comportamiento moral, libertad, responsabilidad y convivencia, responsab. y compromiso social empresa-rial, violencia) Ética pe-riod (medios de com. y ética; violencia, tv y ética) en los pasos de pro-ducción de noticias, presiones políticas y econó-micas, análisis programaciones, sensacio)	Ética General, Ética Periodística	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 4: límite la persona
16.	UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI Fac. Com Soc Publi	Ética y Códigos Deontológicos (3 cr)	Sensibiliz hacia responsab social, compromiso ético y prof, sentido crítico, filosofía moral, fundam juicios morales	Ética General (el hombre y el mundo, genealogía de la moral, ética de la diferencia, ética discursiva y acción comunicativa), Deontología (códigos), ética y esfera pública	Ética General, Filosofía, CC Políticas, DDHH	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 5: Auto-control (códigos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
17.	UNIVERSIDAD DEL CAUCA (Popayán) Fac. Derecho, CC Polít y Sociales	Ética (4 hs) Onasis Ortega Javier Cadavid	Sentido responsabilidad personal y libertad moral, fundamentos morales, bioética, incorporar principios éticos a la práctica profesional,	Ética general (status epistemológico, exigencia de actuar bien, teleología, deber moral y dignidad, axiología, teorías éticas, normas morales), Ética Profesional (soluciones a distintos problemas profesionales) ética y ciudadanía, Bioética	Ética General, Filosofía, Ética Periodística	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona
18.	UNIVERSIDAD DE BOYACÁ (Boyacá) Escuela de Comunicación Social-Periodismo	Ética (4 cr) Camilo Castellanos	Cuestionar los valores y costumbres sociales, formación conciencia recta, tener escala de valores y código ético ,	Ética General (conceptos, el hombre: sujeto moral, dimensiones persona: libertad, trascendencia, comunicación,..., teorías éticas, normatividad: conciencia, leyes-deberes, libertad-responsabilidad , condicionantes de la libertad, axiología)	Ética General, Ética Profesional, Ética Periodística, Bioética, DDHH, Deontología, DdI, Periodismo Manuales Estilo (Tiempo, Colombia-no), Magister Iglesia	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
19.	UNIVERSIDAD DE MANIZALES (Manizales, Caldas) Fac. Com Social y Periodismo	Ética Periodística y de Comunicación (2 cr) Andrés Calle Julián Corredor	Principales corrientes éticas, ética filosófica, relativismo-subjetivismo moral, fundamentos morales, ética plausible, ética kantiana y crítica modernidad, análisis ético cultural, sociedad y profesión, aplicación ética filosófica, deber responsabilidad social	Ética General (ética contemporánea, etología, innatismo-aprendizaje, moral y relativismo cultural, juicios morales, valores, ética kantiana, utilitarismo, crítica ética a culturas, ética-ciencia, ética plausible), Ética Periodística (presiones político-económicas, inexactitud, fuentes unilaterales, cubrir conflicto, grupos vulnerables), DdI vs intimidación, Autocontrol (ombudsman) , correo electrónico	Ética General, Ética Periodística, Deontología, Periodismo, Antropología, Historia, Sociología,	Criterio 1: DdI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (ombudsman)
20.	UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA (Pereira) Fac de CC Humanas y SS	Ética Profesional (2 cr)	Fundamentar las decisiones morales, identificar los mejores hábitos, reconocer su responsabilidad democrática, comunicación como misión social: realización de la persona y protección de su dignidad	Ética General (virtud, teorías éticas), Ética Periodística (opinión pública y democracia, verdad-objetividad-credibilidad, libertinaje-libertad, privacidad y DdI, responsabilidad social -alteridad, ética vs empresa, fuentes, dignidad humana, ética y comunicación organizacional, imagen, Internet, Deontología (estudio comparado códigos , valor de los códigos)	Ética General, Ética periodística, Periodismo, DdI, Comunicación	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
21.	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA Facultad de Comunicación Social	Ética Periodística (1 cr) Guillermo León Aguilar Roldán	Conciencia de responsabilidad social del periodista, cumplimiento deber de informar a la comunidad,	Ética Periodística (identidad profesional, la profesión, verdad, justicia, libertad, responsabilidad, imparcial-objetividad fuentes, independencia, manipulación, sexo, violencia, sensibilidad frente al conflicto colombiano) DdI (marco legal, Constitución, injuria-calumnia, rectificación, etc.), Deontología (código ético)	Ética Periodística, DdI, Código CPB	Criterio 1: DdI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)

VI.4.3. Resultados del análisis de los programas de Colombia.

Veamos en el siguiente cuadro un análisis cuantitativo de la presencia de cada criterio en los códigos:

Criterios	Programas en que aparece (de un total de 21)	Porcentaje
1: La misión del periodismo es el Derecho a la Información	9 programas	43 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad	21 programas	100 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	11 programas	52,4 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	13 programas	62 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol	15 programas	71,4 %

En primer lugar, lo que podemos observar de los syllabus de ética periodística en Colombia es que tienen una rica fundamentación filosófica. En un gran número de ellos, la parte dedicada a la Ética General, en la que hemos agrupado los contenidos referentes a la ética filosófica, es bastante amplia. Este es el caso de la Universidad de Medellín, la Universidad Pontificia Bolivariana, la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, la Universidad de Boyacá, la Universidad de Manizales, la Universidad de La Sabana y la Universidad del Valle, entre otras. Esto indica, por un lado, la importancia concedida en Colombia a la enseñanza de la ética filosófica y de la ética profesional y, por el otro, la buena preparación del profesorado. Cabe destacar que la fundamentación filosófica viene acompañada de aplicación a casos prácticos en los que se busca formar el discernimiento y argumentación moral de los futuros periodistas.

Otro dato que corrobora lo anterior es la especializada y actualizada bibliografía que sobre Ética General, Historia de la Ética y Filosofía Moral consta tanto en los programas mencionados como en el resto. La tendencia al peso filosófico de la materia la observamos también en las denominaciones usadas para ella que, en general, son: ‘Ética’, ‘Ética General’ o ‘Ética Profesional’, mientras que tan solo en una ocasión encontramos la denominación ‘Deontología Periodística’. Este dato nos parece muy ilustrativo del enfoque que, en su mayoría, tienen los syllabus de Colombia.

Respecto del **primer criterio**, sobre la misión de la prensa de servir al Derecho a la Información (DI), observamos que está presente en nueve programas, que es el 43% del total, siendo el criterio con menor porcentaje de aparición. Una posible explicación sería que la orientación filosófica ocupa buena parte de los programas, dejando el resto de los temas para aspectos prácticos de los dilemas ético profesionales. Es posible que la reflexión sobre el derecho a la información como fundamento de deberes y derechos del periodista se trate en las materias de Legislación de los medios que tienen prácticamente todas las universidades. De todos modos, en muchos de los programas aparece el tema de la responsabilidad social, que, según nuestro enfoque, está íntimamente ligado con el reconocimiento de un derecho social a la información al que se debe el periodista.

Lo que se repite respecto de los otros países es la presencia generalizada del **segundo criterio** relativo a la libertad como condición del DI. Como es presumible, en casi todos los programas se fundamenta filosóficamente el sentido de la libertad humana y en muchos de ellos se plantean casos prácticos reales o ficticios para ejercitar el juicio moral. No obstante, es evidente la preocupación por la relación libertad-responsabilidad y por la responsabilidad social que encontramos en la mayoría expresado en esos mismos términos:

- El principio de responsabilidad de Hans Jonas. (Universidad de Medellín).
- Tema de la responsabilidad social. (Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín)
- Responsabilidad social y ética periodística, y libertad-responsabilidad. (Universidad Central, Bogotá)
- Responsabilidad social en relación con las empresas y a la cláusula de conciencia. (Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá)
- Responsabilidad social de la profesión. (Universidad de La Sabana, Bogotá)
- Tensión entre libertad y responsabilidad social, información como bien común o como mercancía. (Universidad del Valle)
- Relación entre libertad y responsabilidad y su repercusión en la cláusula de conciencia. (Pontificia Universidad Javeriana, Cali)
- Relación entre libertad y responsabilidad y condicionantes de la libertad. (Universidad de Boyacá)
- Formar a los periodistas en el deber de responsabilidad social. (Universidad de Manizales)

- La responsabilidad social en relación con la alteridad, con desarrollar la sensibilidad hacia el otro, hacia el público al que se debe el comunicador. (Universidad Católica Popular del Risaralda)

Referente a los **criterios tercero y cuarto**, sobre la verdad como deber y la persona como límite, ambos están presentes, especialmente el cuarto, de nuevo por la amplia fundamentación filosófica que desarrollan los programas. En la mayoría de ellos, un 69 %, se trata al ser humano como sujeto moral o se analiza la naturaleza del ser humano y su dignidad, así como se menciona la privacidad o intimidad como límite al DI y a la libertad de expresión.

Respecto del **quinto criterio**, está presente en una gran mayoría de programas, en los que se plantea el análisis de casos prácticos o de dilemas éticos de la profesión desde la orientación de los códigos deontológicos. Asimismo, en algunos syllabus se hace estudio comparado de códigos, se analiza críticamente su validez y se plantea la renovación de los existentes en Colombia o la propuesta de un nuevo código. Este es el caso de la Universidad Pontificia Bolivariana, de Medellín, cuyo profesor, Juan José García Posada, tiene varias obras de ética periodística importantes.

Por otra parte, se ve que los códigos y los manuales de estilo son los mecanismos de autocontrol más estudiados. Respecto de los otros mecanismos, tres programas mencionan la figura del *ombudsman* (la Pontificia Universidad Bolivariana, la Universidad de Manizales y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia), una menciona la figura de la comisión de ética (Universidad de Medellín) y también una hace referencia a los observatorios como mecanismo autorregulador (Universidad Nacional Abierta y a Distancia). Esto refleja el incipiente desarrollo del autocontrol en Colombia, como ya vimos en el capítulo III, incluidos los códigos éticos, que están aún poco insertados en los medios colombianos. Recordemos que uno de los mecanismos que más frutos y adeptos estaba logrando eran los observatorios de medios, especialmente entre las universidades.

VI.5. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LAS UNIVERSIDADES DE VENEZUELA.

VI.5.1. Universo del estudio.

Al igual que en la encuesta a profesores de ética, el universo considerado para el análisis de los programas o syllabus de las materias de ética periodística o afines ha sido la totalidad de los mismos. De este modo, en el cuadro siguiente reflejamos el porcentaje de syllabus estudiados:

Número de universidades en Venezuela ⁸	47
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	15
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten la materia de ética periodística (o la equivalente) ⁹	12 (80%)
Facultades/Escuelas de Comunicación que conforman el universo	12
Número de syllabus o programas obtenidos	9
Porcentaje de respuesta	75 %

Las universidades participantes pertenecen a los ocho estados que tienen Facultad o Escuela de Comunicación Social por lo cual nos parece representativo e importante haber conseguido las opiniones e informaciones de todos los lugares geográficos en los que se imparten estudios de Periodismo y de ética periodística.

VI.5.2. Matriz de análisis de los programas de la materia de ética periodística.

⁸ Información obtenida en el portal de Universia:

http://servicios.universia.edu.ve/rediseno/contenidos/sencillos/menu.php?id_pag=169&orden=titulo&secstat=Universidades, consulta: 22-oct-07, y contrastada con los directorios de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), del portal Infoamérica, y con el directorio del profesor Max Römer, Presidente del Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación.

⁹ Hubo tres universidades que ni contestaron la encuesta ni respondieron a los numerosos correos enviados y tampoco tenían publicados sus planes de estudio en la web, por lo que las excluimos del universo de escuelas con ética periodística.

	Universidad	Nombre materia	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
1	UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO (Caracas) Escuela de Comun. Social	Ética Profesional (2 horas) Max Römer	Reflexionar sobre la función social del comunicador, sus responsabilidades éticas con la sociedad, elaborar deontología apropiada, comprender la vida moral humana, asimilar críticamente los códigos y formular otros	Ética general (comunic. Como proceso de realización moral, fundamento religioso de la ética), Ética periodística (ética comunic. y derecho, economía, política), Comun (globaliz, propiedad medios, cultura, desarrollo, gremios), Deontología (verdad, privacidad, fuentes, secreto profes., bien común, propuesta de código), Derecho respuesta, deber rectificac, DI	Ética general, Ética Periodística, DI, Deontología (manuales códigos)	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: El límite es la persona humana, Criterio 5: autocontrol (proponer nuevo código)
2	UNIVERSIDAD MONTEÁVILA (Caracas) Facultad de CC Comunic. e Información	Ética y Comunicación (4 cr.) Fernando Vizcaya	Acciones dialógicas que dignifican a la persona humana, profundizar sobre los actos de libertad, de elección de bienes, de expresión, actuación con dignidad personal, formar el juicio moral, hacer crítica ética	Ética general (metafísica, el bien, justicia, la acción libre, bien común como fundamento del derecho, la conciencia, persona humana centro y origen de los actos humanos, responsabilidad , virtudes, placer, deber, la libertad, el amor), los DDHH	Ética General, Metafísica, Filosofía Cristiana	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona
		Ética y Comunicación (4 cr.) Gisela López Jimena Leizaola	Entender sentido trascendente de la naturaleza, la vida y el acto humano, crecimiento en la virtud, ideal del amor, responsabilidad profesional en respeto y promoción del ser humano, formación de la conciencia en la verdad, libertad auténtica	Metafísica (fundament. de la ética, bien supremo, virtudes,), Ética general (persona como sujeto de la acción moral, teoría de la persona, bien moral, eudeimonia, Ha. Ética, libertad y verdad, libertad y ley, conciencia moral)	Metafísica, Ética General, Antropología, Magisterio de la Iglesia	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona
3	UNIVERSIDAD FERMÍN TORO (Barquisimeto) Facultad de CC Econom. y Sociales	Deontología de la Comunic. Social (4 cr.) María del Rosario Jaimes	Principios y valores que rigen la profesión y la justifican	Ética periodística (verdad-veracidad, diferencias inf-opin-interpret, objetividad, fuentes, secreto profesional, privacidad, seguridad nacional, información y bien común, moralidad pública), deontología (fundamento códigos, códigos venezol, mund), Derecho respuesta, deber rectificac.,	Ética General, Ética Profesional, Deontología, DdI	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
4	UNIVERSIDAD SANTA MARÍA (Caracas, Miranda) Escuela de Comun. Social	Ética y Legislación de Medios (3 cr.) Tomás Castellano	Fundam. Filosóficos de la ética, análisis códigos y leyes, limitaciones legales a la LE, delitos contra el honor, derecho de réplica, secreto prof, ©	Ética general (ética y el hombre, hombre como proyecto, felicidad, lucha moral) Ética periodística (ética de la comun. y política, desarrollo, educación, manipulación, monopolios, sensacionalismo, privacidad,), deontología (código venez, informe MacBride, documento Osolnik, códigos publicidad, radio y tv), DdI (leyes periodista, telecom, radio, tv), DI, límites jurídicos LE, delitos contra el honor, Derecho rectificación	Ética General, Ética Periodística, Deontología, DdI, leyes	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 5: Autocontrol (códigos)

VI.5.3. Resultados de la matriz de análisis de los programas de Venezuela.

Veamos en el siguiente cuadro un análisis cuantitativo de la presencia de cada criterio en los códigos:

Criterios	Programas en que aparece (de un total de 9)	Porcentaje
1: La misión del periodismo es el Derecho a la Información	6 programas	67 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad	9 programas	100 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	7 programas	78 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	6 programas	67 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol	7 programas	78 %

En este cuarto país se ratifica lo que hemos observado en los otros y es que todos los programas abundan en el segundo criterio, sobre la libertad como condición del DI, lo cual es entendible si tomamos en cuenta que estos programas son realizados desde la academia pero también desde un punto de vista de defensa de la profesión, pues los profesores de Periodismo o comunicación son en su gran mayoría periodistas y algunos ellos en ejercicio. No obstante, esta presencia generalizada de la libertad se compensa con la importancia que se le da a la persona humana como límite del DI.

Efectivamente, la defensa y promoción de la persona humana, como fundamento de la profesión, del derecho a la información y de las libertades informativas, es reiterada en los programas. Así pues nos encontramos con este tema expresado de distintas formas:

- Como objetivo: “Comprender la vida moral humana y la comunicación como proceso de realización moral de la persona” (U Católica Andrés Bello)
- Como objetivo: “Entender las acciones humanas dialógicas que dignifican a la persona humana y ejercer la actuación con dignidad profesional y personal; y como contenido: estudiar la persona humana como centro y origen de los actos humanos”. (U Monteávila)
- Como objetivo: “Entender el sentido trascendente de la naturaleza y de la vida humana, así como el sentido último de los actos humanos; que los profesionales

respeten y promuevan al ser humano; formar la conciencia profesional a la luz de la verdad plena y entender en qué consiste la verdadera libertad”. (U Monteávila)

- Como objetivo: “Ejercitar la conducta moral del profesional en relación con los derechos del público; como contenido: respeto a los derechos fundamentales de la persona”. (U del Zulia)

Además de ello hay que resaltar que la presencia del primer criterio, sobre el derecho a la información como misión del periodismo, es importante, y el doble de lo que vimos en Perú (33%) y en Ecuador (33%) lo cual nos remite al mayor avance en la reflexión ética de las universidades venezolanas sobre el derecho a la información de la ciudadanía. Probablemente en esto influya la coyuntura actual del país, que está sometido desde 1999 a un régimen, supuestamente democrático, pero con dimensiones de totalitarismo, lo que puede resultar un reactivo para que la población exprese su descontento y reclame sus derechos.

Una de las primeras conclusiones que sacamos es que, en conjunto, los programas de las universidades venezolanas son muy ricos en fundamentación filosófica, e incluso metafísica, y que tienen unos contenidos muy densos y elaborados, lo que habla de la sólida preparación filosófica de los profesores así como de la importancia que le otorgan a los fundamentos de la ética periodística.

Otro aspecto final es que si bien el tema del autocontrol está suficientemente contemplado en los programas (78%) es llamativo que en todos los casos se refieran a los códigos deontológicos y tan solo en un programa se trate el *ombudsman*. Esto demuestra, al igual que vimos en Ecuador, que en Venezuela los otros mecanismos de autocontrol distintos a los códigos se encuentran en un estadio inicial, y que desde la academia se debe hacer un esfuerzo mayor en reflexionar y promover las formas de autorregulación.

VI.6. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE ÉTICA PERIODÍSTICA DE LAS UNIVERSIDADES DE CHILE.

VI.6.1. Universo del estudio.

Al igual que en la encuesta a profesores de ética, el universo considerado para el análisis de los programas o syllabus de las materias de ética periodística o afines ha sido la totalidad de los mismos. De este modo, en el cuadro siguiente reflejamos el porcentaje de syllabus estudiados:

Número de universidades en Chile ¹⁰	60
Número de Facultades o Escuelas de Comunicación Social	35
Facultades/Escuelas de Comunicación que imparten ética periodística (o la equivalente)	32 (91%)
Facultades/Escuelas de Comunicación que no contemplan la materia o no la imparten todavía ¹¹	3
Total de Facultades/Escuela que conforman el universo	32
Número de syllabus o programas obtenidos	17
Porcentaje de respuesta	53,1 %

VI.6.2. Matriz de análisis de los programas de la materia de ética periodística.

¹⁰ Información obtenida en *Índices 2008*, publicado por el Consejo Superior de Educación. Circuló en los principales periódicos chilenos el 7-12-07, p. 56., contrastada con los directorios de FELAFACS, del portal Infoamérica, y con el directorio de profesores de ética y escuelas de Periodismo proporcionado por el profesor Abraham Santibáñez, del Colegio de Periodistas de Chile, en junio 2007.

¹¹ No contemplan la materia en el plan de estudios las Universidades Central de Chile (Santiago), Austral de Chile (Valdivia) y Adolfo Ibáñez (Valparaíso).

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
1	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (Santiago) Facultad de Comunicaciones	Ética Periodística María Elena Gronemeyer	Principios éticos de la profesión, solución dilemas éticos para un periodismo socialmente responsable , conocer fin periodismo,	Ética general (actitudes discernimiento moral), Ética periodística (fines period: deber profes de informar , verdad, objetividad, honor, intimidad, propia imagen, menores, sensacionalismo, secreto prof, fuentes, relación empresa, Internet, blogs) LE (utilitarismo), DI (informe Hutchins), Autorregulación ,	Ética Profesional, Ética periodística, Deontología	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: El límite es la persona humana Criterio 5: autocontrol (códigos)
2	UNIVERSIDAD DE CHILE (Santiago) Escuela de Periodismo	Ética y Tratamientos Periodísticos (3 hs) Faride Zerán, M ^a Olivia Mönckeberg	Rol del periodista, fundam. ética periodística, LE y derechos y deberes periodista, dominio derecho a la inform de ciudadanos, adoptar punto de vista claro, hitos históricos periodismo,	Ética periodística (figura del periodista, veracidad, objetividad), Deontología (código de ética), LE en Chile, Democracia y periodismo, Historia del Periodismo	Ética Periodística, Ética Prof, Periodismo, H ^a Periodismo, Autorregulación, Deontología	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocon (códigos)
3	UNIVERSIDAD MAYOR (Santiago) Facultad de Comunicación y Diseño	Deontología Periodística José Miguel Labrín	Dilemas periodísticos del deber ser y del modo de hacer, coherencia con demandas ciudadanas de fiscalización y control público, dentro de lo legal y ético, dimensión ético-deontológ profesión, criterios ético-deontológicos , respeto códigos éticos y deontológicos	Ética Periodística (diferencias deontología-moral-ética, demanda ciudadana de la deontolog period, cambios ejercicio periodíst en dos últimas décadas, secreto prof, cláusula conc, dcho réplica y rectificac, intimidad, mentira, imagen, lib de inf y de com, internet), Deontología (de la filos ética a la deontología period, base antropol, periodista: sujeto ético, análisis casos, denuncia y fiscalización, control social de la prensa, autocontrol (nuevas estructuras éticas: ombudsman , consejos ciudadanos de la prensa, manuals de estilo))	Ética general, Ética Period, Deontología, DdI, Códigos: FIP, UNESCO, códigos europeos latinoam, Colegio Periodistas Chile, Libro Estilo El País, Ley de Prensa, Proyecto Ley Protec Honor e Intimidad	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: El límite es la persona humana Criterio 5: Autocontrol (códigos, ombudsman, consejos)
4	UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES (Santiago) Escuela de Periodismo	Ética y Legislación (2 hs) Abraham Santibáñez	Ejercer criterio ético ante los problemas profesionales, marco jurídico (ley de prensa), situaciones legales del period: derechos y deberes, fundam ética periodística y relación con LE y LP	Ética Periodística (ppales valores: LE, DI, verdad informativa, dignidad humana, honor-honra-fama, vida íntima-privada-pública, métodos obtención de inform fuentes, secreto prof, menores), Autorregulación (códigos, consejos de ética: Consejo de Ética Medios de Com Social (CEMCS), TRINED, ombudsman , censura-autocensura), DdI (leyes prensa, dcho público a la Inf, LE de inf y op), ética publicidad	Ética Periodística, Código Colegio Period Chile, Autocontrol (fallos CEMCS), Ley Prensa, DdI (Dcho Acceso Inf Púb, Const), Consultorio ético, ONO	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, manuals de estilo, ombudsman, consejos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
5	UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (Santiago) Facultad de Comunicación	Ética Periodística (3 hs) M ^a José Lecaros Ana M ^a Gálmez	Conjugar responsabilidad personal y la del medio, entender necesidad pública, analizar las situaciones periodísticas, aplicar la ética periodística a producción informativa	Ética periodística (profesión, persona, sociedad, exigencias del público, de la empresa y la sociedad; persona: protagonista noticia, intimidad, honor, imagen, fuente, secreto profesional, verdad-libertad, carácter de la persona, condición de la información, periodismo investigativo y opinativo, dolor, violencia, entretención), Autorregulación (dignidad pública, caso chileno e internacional, ventajas-debilidad), Ética Comunitaria, nuevos medios (periodismo ciudadano)	Ética Periodística, Antropología, Comunicación, Autorregulación (dictámenes CEMCS)	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejos)
6	UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO (Santiago) Área CC Sociales	Ética y Legislación Periodística Carlos Donoso Pacheco	Conocer normas regulativas y autorregulativas de Chile, reflexionar sobre problemas morales y legales del periodismo, reflexionar sobre ética y legislación periodística,	Ética General, Ética Periodística (sociedad y profesión, verdad-objetividad, libertad-responsabilidad , secreto profesional, sensacionalismo), Autorregulación (códigos de ética, Código Colegio Periodistas) , Regulación (Ley de Prensa), DdI (LE y censura, derecho a informar y a la información, propiedad de medios, pluralismo)	Ética Periodística, Deontología, DdI, Comunicación	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autoc (códigos)
7	UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO (Santiago) Fac. Derecho, CC Polít y Sociales	Ética Profesional María Asunción Lavín	Reflexión ética para mejorar actuar ético y profesional, conocer la normativa del periodismo y aplicación en la vida personal y laboral	Ética periodística (profesión periodística, intimidad, honor, polémica, secreto profesional, sensacionalismo, pornografía, campos limítrofes: publicidad, RRPP, propaganda, manipulación), Deontología (conceptos, deberes y derechos, doctrinas sobre la información: estudio comparado códigos , Código Colegio Periodistas, Consejo de Ética Medios de CS, Ombudsman)	Ética General, Ética Periodística, Código Colegio de Periodistas	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, CEMCS, Ombudsman)
8	UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL (Santiago) Escuela de Periodismo	Ética III Montserrat Salvat	Necesidad de la ética periodística, valoración de la profesión y de entregar un producto de calidad, pautas para discernir en los conflictos laborales	Ética Periodística (profesión periodística, validación del periodismo en la actualidad, verdad, objetividad, honestidad, nociones sobre la verdad, posibilidad de ética universal, faltas éticas: sensacionalismo, privacidad, honor, injuria, calumnia, propia imagen, procedimientos ilícitos, recta y verdadera conciencia, secreto profesional, cláusula conc), Deontología (específica de cada medio, códigos), Organismos regulatorios (Colegio Periodista, CEMCS, CNTV) DdI (LE: derechos y deberes, DD-HH, CP, leyes específicas), Ética Comunitaria, RRPP	Ética Periodística, Deontología, DdI	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
9	UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS (Santiago) Escuela de Periodismo	Deontología de la Información (4 cr) Pedro Anguita	Identificar problemas éticos fundamentales en los medios, conocer principios deontológicos básicos, aplicación práctica de los códigos, aplicación ppios éticos desde visión trascendente del sh	Ética Periodística (profesión y profesional, periodista y empresa, conciencia profesional, objetivid, secreto prof, cláus conc, deber rectific, ©) Deontología (deberes de la profesión, aplicación reglas deontológicas quién y cómo se controla la ética de los periodistas, contenidos deontológicos, DI y deber de informar, sujeto del DI, DI condicionante deber de informac) Ombudsman, Consejos prensa	Ética Periodística, Deontología, Códigos	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, ombudsman, consejos prensa)
10	UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO (Santiago) Escuela de Periodismo	Taller de Discernimiento Ético (2 hs) Lyuba Yez	Conocer principios éticos y discernir los dilemas éticos de modo socialmente responsable	Ética General (actitudes, teorías éticas), Ética Periodística (fin del periodismo, verdad itva, objetiv, límites al DI: honor, intimidad, imagen, menores; sensacionalismo, periodismo y entretenimiento, pobreza; menores, secreto profes, rectificación)	Ética Periodística, Autorregulación, DdI	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol
11	UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN (Concepción) Fac. CC Sociales	Ética Profesional (2 hs) Hugo Olea	Informac sobre deontología period, Identificar fuentes de ética period, internalizar conductas éticas básicas que regulan profes, resolver problemas éticos según normativa vigente	Ética General (conceptos), Ética Periodística (fuentes de la ética profesional en Chile), Deontología (diez problemas comunes, estudio de casos, normas vigentes), DDHH	Ética General, Ética Periodística, Deontología, Código Colegio de Periodistas, Libro de Estilo de El País,	Criterio 5: Autocontrol (códigos)
12	UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN Esc de Periodismo	Deontología de la Información (2 hs) Mario Urzúa Aracena	Ética itva como fundam de la prof, analizar y enjuiciar los elementos ética itva y sus fundam, condicionamientos activ period,	Ética Periodística (profesión y ética, verdad en la información, privacidad-intimidad, honor, propiedad intelectual), Deontología (deberes informativos, códigos , estudios de casos)	Ética Periodística, Deontología, DdI, Magisterio de la Iglesia, Códigos	Criterio 2: libertad responsable, Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
13	UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO (Concepción) Fac Comunicaciones	Ética Periodística (2 hs) Carolina Mardones	Fundam del DI y relación con libertad, justicia y verdad; relación periodista-fuentes, relación mensaje-dchos personalid, dolor, violencia, menores, sensac,	Ética gral (el bien, objeto y sujeto de la ética, teorías éticas), Ética Periodística (fuentes, secreto prof, plagio, verdad y objetivid como fundam de la profes, sensac, period investig), Regulación de la ética en Chile, Deontología, DdI (fundamentos DI, relación con libertad y justicia, deberes que implica el acto itvo , responsabilid éticas del trabajo period, función social period, dchos personalid: intimidad, honor)	Ética Periodística, Deontología, DdI, Códigos	Criterio 1: DI Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)

	Universidad	Materia y docente	Objetivos	Contenidos	Bibliografía	Enfoque
14	UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL VALPARAÍSO Escuela de Periodismo	Periodismo y Ética (4 hs) Enrique Aimone	Conocer estructura legal chilena, manejo legislación itva chilena, conocer principios éticos de los códigos y de los fallos instancias arbitradoras, análisis vacíos legales y deont, normas restrictivas de LE e infracc a deonto	Ética Periodística (fuentes normas) , DdI (marco legal informac, Constituc, Lib Op, Lib Inform, límites, Ley 19.733 sobre Lib Op e Inf y Ejerc Period –dcho aclarac rectif- , injuria, calumnia, CNTV, ley TV, Ley Seguridad Interior, ley ©) Organ reguladores ética (CEMCS, Colegio, CONAR, análisis compar ppios éticos, cumplim, casos) Deontología (anál códigos)	Ética Periodística, Deontología, DdI, Sentencias organismos reguladores ética, leyes	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejos de ética)
15	UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR Escuela de Comunicaciones	Ética y Legislación de Prensa (2 hs)	Conocer disposic ética y legales sobre el period y la L Inf y L Op, comprender fundam normas éticas y legales y su servicio al bien común y resp social , relacionar ética personal y social, conocim responsab, intencionalidad, voluntad	Ética Period (persona y sociedad, actos humanos, valores, normas morales y jurídicas, dilemas éticos: respons , veracidad, honest, objet, secreto prof, cláus conc), DdI (dchos y deberes, ordenam jurídico, Const, leyes prensa, de seguridad Estado, CNTV), L Prensa, LE, L Inf, Deontología (código Colegio Period)	Ética Periodística, DdI	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos)
		Ética y Medios de Comunicación (2 hs)	Visión sobre la comunicación responsable , posición frente a la autorregulac y sus enfoques, conocer códigos, conocer autorregulaciones vigentes, incidencia de la legisl en LPrensa, autorregulación internacional	Ética General (bien común), Ética Period (función de los medios, propiedad, censura-autocensura-autorregulación, cláusula conc) Deontología (códigos , historia, códigos chilenos, UE) Estatutos Redacción	Ética Periodística, Deontología	Criterio 2: libertad responsable Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, estatutos)
16	UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL NORTE (Antofagasta) Fac de Humanidades	Ética Profesional (4 hs) Percy Peña Vicuña	Conocer fundam conducta ética, discusión ética con pares, internaliz normas morales, manejo deontología prof, definir proyecto de vida, vivencia virtudes cardinales y actit evangélicas	Comunicación, Ética General (la persona, historia de la ética, fuentes y métodos m oral, valores, conductas, ética xtna., responsab, libertad y conocimiento en el acto moral), Ética Period (manipul, dignidad, deontología, libertad, privacidad, disfunción social y ética de los medios)	Ética General, Filosofía, Ética Profesional, Ética periodística, Deontología, Código Colegio Periodistas, Código Empresarios, Magisterio Iglesia	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: El límite es la persona humana, Criterio 5: autocontrol (códigos)
17	UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA (Temuco) Fac. de Educación y Humanidades	Ética y Legislación Periodística (2 hs) Alonso Zúñiga Fontecilla	Asumir sólidos principios éticos para asumir su responsab social y crear nueva conciencia individ de búsqueda de la verdad y bien común, veracidad como criterio incommovible, priorizar el valor de las personas	Ética Gral (el bien, valores), Ética Periodística (ética de las TIC's, fortalecim colegios), DdI (Const, leyes LE, ley 19.733), Fallos y dictámenes TRINED, Consejo de Ética de los MCS	Ética Periodística, Deontología, Código Colegio, Leyes	Criterio 2: libertad responsable Criterio 3: la verdad Criterio 4: límite la persona Criterio 5: Autocontrol (códigos, consejos de ética)

VI.6.3. Resultados de la matriz de análisis de los programas de Chile.

Veamos en el siguiente cuadro un análisis cuantitativo de la presencia de cada criterio en los códigos:

Criterios	Programas en que aparece (de un total de 17)	Porcentaje
1: La misión del periodismo es el Derecho a la Información	8 programas	47 %
2: La condición para verificar el DI es la libertad	16 programas	94 %
3: El deber fundamental del periodista es decir la verdad	14 programas	82,4 %
4: El límite fundamental del DI es la persona	12 programas	70,6 %
5: Existencia de mecanismos de autocontrol	16 programas	94 %

Lo que destaca a primera vista de la matriz de programas chilenos es que hay un equilibrio entre los contenidos propiamente éticos y deontológicos y los contenidos jurídicos, lo cual atribuimos a la circunstancia muy particular de Chile, que sufrió durante casi dos décadas un régimen dictatorial muy represivo contra las libertades informativas. Es comprensible, por tanto, que esta herencia histórica se refleje a la hora de plantear los programas de ética periodística. En éstos se observa un interés por entrar de lleno en la ética periodística, sin detenerse demasiado en la fundamentación filosófica, y se aborda con detalle el amplio campo de deberes y de dilemas éticos de los periodistas. Es por ello que vemos muy presentes los criterios tercero (verdad), cuarto (persona) y quinto (autocontrol).

Es destacable, respecto del tema de la libertad, que si bien no se profundiza filosóficamente en el concepto, se tiene muy en cuenta el binomio libertad-responsabilidad y el concepto de responsabilidad social, como en los siguientes casos:

- Como objetivo: “Dilucidar la solución a los dilemas éticos para ejercer un periodismo socialmente responsable” (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- Como objetivo: “Comprender el fundamento de las normas éticas y legales para que el periodismo esté al servicio del bien común y de la responsabilidad social” (Universidad de Viña del Mar)
- Como objetivo: “Asumir sólidos principios éticos y su responsabilidad social”. (Universidad de La Frontera)

Por otro lado, casi la mitad de los programas hacen alusión al derecho a la información como fundamento de la profesión y de los deberes y derechos. Esto lo vemos muy claramente en algunos de los programas, entre ellos:

- Contenidos: “Analizar entre los fines del periodismo el deber profesional de informar”. (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- Objetivos: “Adquirir un dominio sobre el derecho a la información de los ciudadanos” (Universidad de Chile)
- Contenidos: “El Derecho a la Información y el deber de informar; el sujeto del Derecho a la Información, DI como condicionante del deber de información” (Universidad Santo Tomás)
- Contenidos: “Deberes que implica el acto informativo”. (Universidad del Desarrollo)

Por otro lado, es generalizado el estudio de varios mecanismos de autocontrol, aparte de los códigos. Es significativo que cuatro de los programas estudien la figura del *ombudsman*, a pesar de que es una figura inexistente en Chile, lo cual indica la relativa atención que merece este mecanismo y la promoción para que se implante este organismo. No obstante, después de los códigos y, en menor medida, los manuales de estilo, que son los órganos que estudian la totalidad de los programas, el segundo mecanismo más analizado es el consejo de ética, y, en concreto, los dos existentes en Chile: el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social, de la Federación de Medios de Comunicación, y el Tribunal Nacional de Ética y Disciplina (TRINED), del Colegio de Periodistas. De los 16 programas, ocho tratan estos consejos, lo cual es buena muestra del respaldo que desde la academia se da a este mecanismo y un indicio positivo pues implica promoción y apoyo desde las universidades. Se menciona en una ocasión el caso de los estatutos de redacción, que es una figura inexistente en Chile y en Latinoamérica, en general. Llama la atención, por otro lado, que tan solo un syllabus analice las implicaciones éticas de un nuevo medio en Chile como es el periodismo ciudadano, que está cobrando bastante auge en el país.

Volviendo a los contenidos jurídicos, la mayoría de programas coinciden en analizar la legislación chilena sobre la información y, en concreto, la Ley 19.733 sobre Libertad de Opinión e Información y el Ejercicio del Periodismo y sus diversas reformas, así como la ley de creación del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y la Ley de Seguridad Interior del Estado. Todas esas leyes han sido muy cuestionadas por su carácter restrictivo y

ensor, como ya vimos en el capítulo III. Resulta, por tanto, explicable la inclusión de estos contenidos en la materia debido a los condicionantes que supone para el ejercicio periodístico.

De este modo, podemos concluir que los syllabus chilenos están realizados desde el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol, si bien con una importante carga de legislación por la particularidad de la normativa chilena sobre la información.

VI.7. CONCLUSIONES.

Del análisis realizado de los programas de ética periodística, en primer lugar habría que mencionar que se ha logrado obtener los syllabus de la gran mayoría de universidades de cada país, destacando el caso de Perú, Colombia y Venezuela:

País	%	Nº de syllabus
Perú:	82%	(27)
Ecuador:	52%	(16)
Colombia:	60%	(21)
Venezuela:	75%	(9)
Chile:	53%	(17)
Total:	63%	(90)

Como ya hemos mencionado, esto nos parece un logro importante de la presente investigación, dadas las múltiples dificultades que implica conseguir información de esta naturaleza por las barreras humanas, espaciales y administrativas y el aún bajo nivel de conectividad y visibilidad en la web de las universidades andinas. No conocemos ningún estudio actual, ni en los países objeto de esta investigación ni en organismos de ámbito regional o internacional, que hayan recopilado tal cantidad de documentación de primera mano ni hecho análisis exhaustivos sobre esta información.

A ello habría que añadir que las universidades públicas y privadas que han colaborado enviando sus syllabus, demostrando con ello un gran interés por el tema, son, en su mayoría, las más representativas de sus países, como se puede apreciar en las tablas de universidades recogidas en los anexos. En gran porcentaje proceden de las capitales, donde está concentrado el mayor número de universidades, y después proceden de las ciudades más relevantes y de un buen número de provincias o departamentos de cada país.

Otro dato significativo es que la materia de ética está presente en la mayoría de facultades o escuelas de Comunicación Social o Periodismo (en el 91,4%), lo cual nos parece enormemente positivo. A ello añadimos la buena preparación de los programas, que

en su totalidad constan de descripción de la materia, objetivos y contenidos muy definidos. La metodología también es un aspecto destacable pues hay un esfuerzo generalizado por promover el estudio de casos, aplicando los principios éticos y los códigos a la realidad profesional, y, aunque en menor medida, se aprecia el esfuerzo por usar filmografía para ejemplificar y debatir situaciones históricas o ficticias y para hacer interactiva la materia. Igualmente, la bibliografía es muy elaborada y contiene títulos especializados y actualizados, tanto de autores internacionales, latinoamericanos como chilenos, por este mismo orden. La profusa bibliografía guarda relación con la promoción de la lectura que se hace en gran parte de los syllabus, lo cual nos parece muy acertado.

En líneas generales, los syllabus de ética periodística —o la denominación usada en cada caso— recogen con amplitud el enfoque de la responsabilidad y el autocontrol que plantea esta tesis, lo cual corrobora nuestra hipótesis inicial, partiendo de la interrelación que guardan entre sí los criterios y subcriterios. De este modo, si bien la expresión ‘derecho a la información del público’ o ‘el deber de informar de los periodistas’ aparece en menos de la mitad de los syllabus, el espíritu del mismo está presente en la mayoría. Ya lo hemos mencionado, al hacer el análisis por países, que la atención al tema de la persona humana y su dignidad, a una libertad limitada por esta dignidad y por el bien común al que se debe la profesión, y al estudio de los diversos mecanismos de autocontrol, dan fe de la constancia de nuestro enfoque. Asimismo, al detenerse en la comprensión de la libertad y responsabilidad del periodista, los programas de ética están haciendo énfasis en que el periodista no se debe a sí mismo, ni a la empresa, ni al gremio, sino que se debe al público, en virtud del derecho a la información que cada persona tiene.

No obstante, en Ecuador, Colombia y Venezuela se percibe un déficit en cuanto a los contenidos sobre autorregulación y sobre el estudio de otros mecanismos aparte de los códigos. Es sintomático que justo los dos países más avanzados en autocontrol, Perú y Chile, pues ambos cuentan con consejos de prensa y tribunales de ética, sean los que más tratan estas instancias en sus programas académicos. Así pues, vemos una correlación entre la existencia de mecanismos de autocontrol y su análisis en las aulas universitarias. Creemos, por tanto, que el resto de países andinos deberían integrar en sus programas académicos de ética el análisis de los fundamentos y ventajas de los mecanismos de autocontrol como un medio de fortalecer los que ya existan en su entorno o, en su defecto, de promover su creación.

Capítulo VII

CONCLUSIONES

Recapitulando todo el desarrollo y resultados de nuestra investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

VII. 1. El derecho a la información como fundamento del autocontrol.

Si partimos de la base de que el fundamento de la responsabilidad es la previa libertad, como condición *sine qua non* de toda ética de la comunicación, llegamos a la conclusión de que una vez garantizada la libertad de expresión y de información en una sociedad, esta libertad tiene que ser responsable, tanto ética como legalmente. Superado el concepto negativo de libertad, partimos de una libertad positiva que adquiere sentido en la realización del bien personal y comunitario, lo que hace que concluyamos que los derechos ajenos se conviertan en deberes propios. Subyace aquí que la dignidad personal es condición y límite de la libertad, lo que hace que la responsabilidad sea prolongación de la libertad.

Bajo estos presupuestos, en los que mucho tuvo que ver la Comisión Hutchins de 1947, el giro de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 fue considerar la información no prerrogativa ni perteneciente a nadie sino un derecho humano de toda persona, lo cual, en último término, nos remonta a la importancia existencial de la verdad y nos lleva a afirmar el papel esencial de la información en una sociedad democrática. De este modo, la Declaración Universal sustituirá el matiz individualista de la libertad de expresión por el carácter universal y fundamental del derecho a la información, desplazando el acento en el emisor (los periodistas) al acento en el receptor (el público). Este cambio de eje implica un salto conceptual transcendental por cuanto el axioma que fundamentará a partir de entonces el campo de la información y la comunicación ya no es una libertad en sí misma, sino una libertad de expresión que adquiere su legitimidad y fuerza en el carácter natural del derecho a la información.

De este modo, el derecho a la información se convierte en el punto de encuentro y eje articulador de la libertad de expresión y de la responsabilidad de la prensa. Su concreción en el plano ético es la deontología y los distintos mecanismos de autocontrol que han ido surgiendo, en especial, desde la mitad del siglo XX, los cuales se han diversificado y generalizado a nivel mundial desde los años noventa hasta la actualidad, cobrando un auge creciente.

Asimismo, la autorregulación de los medios y de los periodistas es un factor clave para la región andina latinoamericana por las cuestiones tan importantes que, en gran medida, la

comunicación y la información están poniendo en juego, como son la existencia de una opinión pública bien informada y consciente de sus derechos; una cultura democrática y de paz, y la repercusión de todo ello en la construcción de un Estado Social de Derecho, todavía muy en ciernes en sociedades como las andinas, con grandes sectores de la población excluidos.

VII. 2. Aparición y desarrollo de los mecanismos de autocontrol en la región andina y su relación con la enseñanza de la ética periodística.

El autocontrol en Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile presenta unos rasgos comunes a todos estos países a lo largo de dos etapas: desde la década de los 50 hasta la de los 80, con la sola presencia de códigos éticos, y desde 1990 hasta la actualidad, con el auge de la deontología y la diversificación de mecanismos. El primer mecanismo y más utilizado es el código ético. Existen una veintena hasta el momento, todos emanados de colegios y asociaciones de periodistas, salvo el del Consejo de la Prensa Peruana. Los códigos de medios todavía son muy escasos y la mayoría de uso interno y desconocidos para el público. El segundo mecanismo, aparecido a partir de los noventa, es el *ombudsman*, presente en Colombia (1990), Ecuador (1993) y Venezuela (1998). Le siguen las comisiones o tribunales de ética y los consejos de prensa, que también funcionan con un tribunal o comisión. Estos se han desarrollado en Chile (1991), Perú (1997) y Colombia (1983). De este modo, hay dos grupos de países con tendencias diferenciadas: Chile y Perú, que se decantan por los consejos de prensa, con sus tribunales o comisiones de ética, y Colombia, Ecuador y Venezuela, que prefieren la figura del *ombudsman* y los observatorios de prensa, aparecidos desde fines de los 90 y sobre todo a partir del 2000.

Ante este panorama, la primera conclusión es que la región andina, salvo Bolivia, es la más avanzada en cuanto a desarrollo deontológico y de autocontrol, en comparación con el resto de regiones latinoamericanas. Exceptuamos Brasil, que es el primer país en disponer de *ombudsman* (1989) y de observatorios de prensa (1992). Colombia, Ecuador y Venezuela son de los pocos países que poseen *ombudsman*; Colombia es el primero en poseer defensor del televidente (1996), y Chile, del oyente (2006), y los consejos de prensa peruano y chileno son los únicos del subcontinente. Esto evidencia que hay un fuerte dinamismo ético e interés por el autocontrol tanto por parte de periodistas, si hablamos de los códigos y de los tribunales o comisiones de ética surgidos en los colegios profesionales, como por parte de los medios, si hablamos del *ombudsman* y de los consejos de prensa. Además, hay un creciente movimiento de la sociedad civil, organizada en asociaciones y

colectivos en los que están involucrados periodistas y algunos medios, que están promoviendo observatorios de prensa y otras iniciativas de participación ciudadana como modo de exigir responsabilidad a la prensa. A ello se añade la fuerte corriente del periodismo ciudadano, muy fuerte en Chile, como forma no convencional de informar, en el que los mismos lectores construyen su periódico.

El florecimiento del autocontrol en la región andina y la permanencia y solidez alcanzada por muchos de los mecanismos existentes nos lleva a constatar que este fenómeno, aunque es reciente, no obedece a una moda pasajera. Por el contrario, la autorregulación es una necesidad cada vez más sentida por la sociedad y por los profesionales, conscientes de la envergadura que la comunicación y la información están adquiriendo en la vida de las personas y de las sociedades. En este sentido, el auge del autocontrol, y el continuo debate sobre la ética de los medios que le acompaña, hay que entenderlo como la expresión de una creciente conciencia profesional y social de la importancia del derecho humano a la información y de su crucial papel en la construcción del Estado Social de Derecho de los países andinos. No es casual que el desarrollo de la autorregulación se esté dando de modo especial en países como Chile y Perú, que han sido muy castigados por dictaduras y por conflictos armados, y también en Colombia, asediada por la guerrilla y el narcotráfico. Este país, por ejemplo, ha encontrado en los observatorios de comunicación un modo muy eficaz de analizar la cobertura periodística del conflicto y de articular estrategias para promover una cultura de paz en los medios.

Si la conciencia profesional del autocontrol es evidente en los códigos éticos y en los tribunales y comisiones de ética de los consejos de prensa y de los colegios de periodistas, la conciencia social se expresa en la demanda creciente de los públicos por participar en la comunicación a través del *ombudsman*, del derecho de rectificación, de los observatorios, veedurías ciudadanas, blogs, periódicos ciudadanos, y todas las vías que ofrecen las nuevas tecnologías, así como en su organización en asociaciones de usuarios y colectivos, que cada vez tienen más fuerza y presencia. Esta progresiva y creativa participación del público en los países andinos muestra a una sociedad que se fortalece y organiza progresivamente, así como un nivel de madurez de la opinión pública muy importante para el proceso de estabilidad o consolidación democrática en el que se encuentra la región, y que ve en la comunicación el espacio adecuado para ello.

No obstante, se constata que aún falta mucho por hacer para fortalecer y dotar de real eficacia a estos mecanismos de autocontrol, para extenderlos a todos los medios de

comunicación, y, en especial, para lograr la participación del público en los mismos, que es lo que puede conferirles mayor transparencia y credibilidad. Además, la realidad del periodismo en estos países, en los que hay un importante desarrollo de los códigos deontológicos, demuestra que si bien éstos son importantes, como veremos en la siguiente conclusión, por sí mismos resultan insuficientes y requieren de la acción complementaria de otros mecanismos (*ombudsman*, comisión de ética, consejo de prensa) que tutelen y garanticen su puesta en práctica.

Por otro lado, la efectividad del autocontrol requiere el concurso de un tercer elemento: la enseñanza de la ética periodística. En este sentido, hemos constatado en casi todos los países estudiados la correspondencia entre el desarrollo del autocontrol y la generalizada formación ética en las universidades. A través del análisis de los syllabus y de sus contenidos específicos, hemos visto, en países con varios mecanismos de autorregulación, que uno de los criterios más presentes, de los cinco en que desglosamos la perspectiva de la responsabilidad y el derecho a la información, es el referido justamente al autocontrol. Esto es un dato significativo que permite vaticinar interesantes frutos a medio y largo plazo de la formación ética: el crecimiento de la cultura de autorregulación entre los profesionales y la consolidación o creación de nuevos instrumentos.

Un caso ilustrativo lo constituyen Chile y Perú, que son los dos países con más deontología y con una autorregulación más desarrollada. Chile, con el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social (1991) y el Tribunal de Ética del Colegio de Periodistas (1999); Perú, con el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana (2000). A la vez, en ambos países la materia de ética periodística está mayoritariamente implantada en los planes de estudio de periodismo (94% en Perú, 91% en Chile) y los syllabus reflejan un nivel académico de mucha calidad.

De este modo, constatamos la existencia de una fructífera interrelación entre los dos ámbitos. Por un lado, la enseñanza de la ética periodística es un espacio privilegiado para debatir la necesidad de estos mecanismos y para promoverlos; por el otro, éstos progresivamente se vuelven objeto de estudio en las universidades conforme van creciendo en credibilidad y pertinencia social.

VII.3. Los códigos éticos de los países andinos y una cultura de autocontrol.

La recopilación y estudio que hemos realizado de los veinte códigos de ética periodística de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, como fuente primaria de toda

deontología, nos lleva a varias conclusiones referidas al nivel de implantación de los códigos éticos en la profesión y al enfoque de los mismos.

En cuanto a la existencia de los códigos de ética, se confirma que en los países andinos estudiados está presente la tendencia latinoamericana a que aquellos sean el mecanismo de autocontrol predominante. Más aún, en dichas naciones es palpable un hecho altamente significativo cual es su rica trayectoria deontológica, que les hace sobresalir del resto de Latinoamérica. Este ha sido uno de los motivos para la delimitación geográfica del objeto de estudio de nuestra tesis.

Esta primera constatación refleja que la deontología periodística es una actividad de larga tradición en el periodismo de los países estudiados y un indicador de la sensibilidad de los profesionales que los han promovido y aprobado. En este sentido, hay que afirmar la importancia de la existencia de estos instrumentos por varios motivos: en el sentido más formal, es un modo como los profesionales hacen reconocimiento público de la dimensión moral de su profesión, especificando los deberes y derechos que comporta, lo cual conlleva un primer nivel de compromiso de los periodistas, ya que supone aceptar la fiscalización y crítica por parte de la opinión pública al compromiso contraído; en un plano más profundo, a través de la aprobación y difusión de su código ético, los profesionales reconocen la necesidad de mejorar éticamente su profesión y expresan la voluntad de cumplir con un servicio social o público; en tercer lugar, la adopción de un código ético implica un modo de concebir la libertad de expresión y es la de una libertad que se acrecienta en la medida en que se hace responsable de las consecuencias de las acciones y en que se pone al servicio de la verdad y del bien común.

Una segunda conclusión se refiere al contenido descubierto en los textos. Tras el análisis pormenorizado de los veinte códigos de ética, concluimos que, en general y de forma progresiva, dichos textos han ido incorporando el enfoque del derecho a la información así como la necesidad del autocontrol. El énfasis en la defensa de la libertad de expresión y de las condiciones para ejercerla es una constante en la mayoría de ellos, probablemente como influjo de las dictaduras (Venezuela, Perú y Chile) o del conflicto armado interno (Colombia), y de la lucha que los periodistas de estos países han tenido, o tienen, que librar para defender su libertad, pero ese acento está atemperado por una clara conciencia del derecho a la información del público, al que se deben. Por otro lado, es explicable que países con una historia reciente de dictaduras y regímenes represivos contra la libertad de expresión y contra los otros derechos humanos afirmen en sus documentos

deontológicos la importancia de la libertad, pues ya hemos visto que sin ésta no es posible hablar de responsabilidad. Además, la experiencia de dichos países es que tras la vuelta a la democracia la instauración de un marco democrático y de derecho no fue inmediato sino que pesaron todavía durante algún tiempo los hábitos adquiridos durante largos años de dictadura.

No obstante, la evolución y tendencia actual que se aprecia en los códigos hacia la perspectiva del derecho a la información, reflejo de la conciencia de los profesionales que los han elaborado, nos parece un indicador positivo y que puede repercutir de modo importante en la práctica periodística, si no a corto plazo, sí a medio o a largo plazo. La promoción y discusión de los códigos entre los profesionales, su difusión en los medios de comunicación y su análisis en las aulas universitarias, son mecanismos con unos efectos indudables en cuanto a crear una cultura ética y de autocontrol en el seno de la misma profesión y en la sociedad.

En síntesis, consideramos que la defensa que los códigos de ética periodística hacen del derecho humano a la información y a la verdad de toda persona, además de la necesaria libertad de expresión que se requiere para ello, representa en sí mismo un motivo suficiente para promover su creación en el seno de la profesión de cada país. Lo que es la Declaración Universal de los Derechos Humanos para las constituciones nacionales, son los códigos éticos, internacionales y nacionales, para el ejercicio periodístico de calidad. Si bien es verdad que los Derechos Humanos son violados constantemente, no es menos verdad que su existencia representa una especie de conciencia general de lo que es inhumano y condenable, lo cual tiene una gran importancia para la consolidación de estos derechos y su penetración en la legislaciones nacionales así como para la educación de la sociedad en los mismos.

Por último, la labor no se reduce a la redacción y creación de códigos, ni siquiera a su publicación, sino a hacerlos objeto de análisis tanto internamente en los medios como a través de encuentros con la participación de todos los involucrados en el proceso informativo, y muy especialmente del público, razón de ser de la labor periodística. Paralelamente, esta labor educativa y de sensibilización que tiene la deontología surgida de las organizaciones profesionales debería ir acompañada de la elaboración y adopción de códigos éticos por parte de cada medio de comunicación. Esto ya va siendo una tendencia en los países andinos, aunque todavía de un modo tímido, pues de los pocos diarios que poseen un código o manual de estilo, en el que incluyen sus principios y normas éticas, la

mayoría no los hacen públicos, lo que les resta fuerza y carácter de mecanismo de autocontrol. En este sentido, hay que reconocer los importantes avances de la autorregulación publicitaria en los países andinos, especialmente en Perú y Chile, gracias al acuerdo entre anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación. Cabe esperar y exigir, desde el seno de la profesión y desde la fuerza de la sociedad civil, lo mismo en la autorregulación periodística.

VII.4. Estado de la enseñanza de la ética periodística en la región andina y su contribución al autocontrol.

En la presente investigación, que ha abarcado a la totalidad de Facultades y Escuelas de Comunicación Social o Periodismo (160) de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile, hemos realizado un diagnóstico de la situación actual de la enseñanza de la ética periodística en la región andina, lo cual aporta datos muy importantes acerca de cómo se está orientando la formación ética de los periodistas, su vínculo con el actual desarrollo del autocontrol en esa área geográfica, los rasgos comunes que comparten los cinco países, así como las peculiaridades de cada uno, el perfil de los profesores, y los contenidos y énfasis de la materia. Todo ello constituye un estudio exhaustivo sobre una dimensión importante de la formación periodística, como es el área de ética, con lo cual contribuimos a justificar la presencia que esta asignatura ya tiene en el 91,4 % de los planes de estudio. Además, esta investigación revela la estrecha relación de la enseñanza de la ética periodística con el proceso de fortalecimiento del autocontrol de los medios y de la construcción democrática desde los espacios de participación que el público organizado va conquistando progresivamente.

VII.4.1. Nivel de implantación de la materia.

Los resultados arrojados por 120 profesores procedentes de 111 facultades y escuelas de periodismo (el 74% del total) y por la obtención de datos a través de las páginas web reflejan que en el 91,4% de los planes de estudio de pregrado (licenciatura) de la carrera de Periodismo o Comunicación Social existe la materia de ética periodística o su equivalente. Sobresale especialmente el caso de tres países por la generalizada presencia de la asignatura: Ecuador (97%), Colombia (95%) y Perú (94%).

Esto ya evidencia algo muy importante y es el papel que casi todas las Facultades y Escuelas de Periodismo o Comunicación Social de dichos países le asignan a la materia de

ética periodística, unido al hecho de ser una asignatura de carácter obligatorio en el 98% de las universidades, en el nivel de pregrado.

Este resultado constata nuestra hipótesis inicial acerca del papel estratégico que la enseñanza de la ética periodística en las Escuelas de Periodismo o Comunicación Social del área andina está desempeñando y su importante función en la promoción y desarrollo de la perspectiva del derecho a la información y el autocontrol. Además, esta labor no es un esfuerzo aislado de un país sino que es algo generalizado en las cinco naciones estudiadas, lo cual demuestra que éstas comparten realidades similares y que se puede realizar un trabajo conjunto en la investigación y el desarrollo de medios que garanticen la responsabilidad de la prensa.

Por otro lado, hay que destacar la denominación usada para la materia. La predominante es 'Ética periodística/profesional' (27%) pero muy seguida de la denominación 'Ética y Legislación' o su equivalente (26%). Esto muestra que hay una tendencia fuerte a tratar conjuntamente las dos disciplinas. No obstante, si sumamos la denominación 'Deontología' (18%) con la de 'Ética periodística' se obtiene un 45% de materias que tratan de modo separado la ética periodística lo que implica darle la verdadera importancia y peso a la asignatura, que es lo que refleja su presencia en casi todos los planes de estudio.

VII.4.2. Perfil de los profesores de ética periodística.

Otro dato significativo es la característica del profesorado que imparte ética periodística que en un 60 % son profesores de más de 10 años de experiencia docente y en un 46% tienen entre uno y cinco años de trayectoria como profesores de ética periodística. Esto alude, entre otros factores, a la peculiar realidad universitaria de los países andinos, en la que la inestabilidad laboral y el pluriempleo es lo más común, lo cual obliga a los docentes universitarios a impartir diversas materias a lo largo de su carrera profesional.

Respecto de su formación, un 70% de profesores son titulados en Periodismo o en Comunicación Social, lo cual refleja que nos encontramos ante docentes que son del área profesional y conocedores del campo específico del periodismo. En consonancia con lo dicho anteriormente, un número importante suele combinar el ejercicio profesional con la enseñanza lo cual conlleva de positivo el llevar a las aulas la realidad periodística del país y abordar éticamente los problemas concretos de los periodistas.

VII.4.3. Enfoque y contenidos de la materia.

Los resultados totales obtenidos de la pregunta 12 de la encuesta, en la que se pedía la valoración del 1 al 10 de una lista de veinte temas de ética periodística, son que los temas mejor calificados (con 10/10) fueron el g): ‘la responsabilidad de la prensa con la verdad y la exactitud’ (74,4%) y el b): ‘la responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios’ (72%), seguidos del a): ‘la libertad de expresión’ (69,3%) y del ñ): ‘la relación de equilibrio entre libertad y responsabilidad de la prensa’ (62%).

Si agrupamos todas las calificaciones ubicadas en las escalas de la 8 a la 10, que fueron las más utilizadas por los profesores encuestados, los resultados corroboran y clarifican aún más la tendencia anterior, así como los resultados obtenidos por países y comparativamente. Dichos resultados arrojan que los temas mejor valorados fueron el b) (La responsabilidad de la prensa. Deberes de periodistas y medios: 92,2%); el g) (La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud: 90,5%); el c) (Derecho del público a la información: el deber del periodistas de informar: 88,8%) y el ñ) (Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad: 88,8%). El quinto tema más valorado fue el a) (Libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad: 87,1%). Además, se destaca que el tema de los códigos éticos tuvo la octava posición, con un 79,4%, y el tema de corrección de errores, *ombudsman* y otros mecanismos estuvo en la decimotercera posición, pero con un importante porcentaje del 69,9%.

Como hemos dicho, estos datos refuerzan y amplían lo que hemos expresado en los párrafos precedentes acerca del predominio de los temas referidos a la responsabilidad del periodista (b y g), así como a la importancia del derecho a la información. Igualmente, el tema referido al derecho de rectificación, defensor del lector y otros mecanismos, tuvo un puntaje del 70%, lo cual nos parece una calificación muy positiva pues implica que un elevado número de profesores (70%) valoraron de 8 a 10 puntos este tema.

Por otro lado, en la pregunta 14, acerca del enfoque con que se plantea la materia, una gran mayoría (71%) se decantó por la perspectiva de la responsabilidad y del derecho a la información, frente a un 20% que se decantó por la perspectiva de la defensa de la libertad de expresión. Estos resultados nos revelan que la perspectiva de los profesores(as) de ética periodística de los cinco países andinos es mayoritariamente la del derecho a la información y el autocontrol, lo cual puede repercutir de modo importante en la formación

de periodistas y comunicadores sensibles a esta perspectiva y con voluntad de querer llevarla a cabo en su ejercicio periodístico.

Cabe mencionar que el porcentaje alcanzado por la tercera opción, que fue el enfoque de las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación, logró una escasa preferencia del 5%, lo cual, como ya dijimos en el capítulo V, obedece a que al tener que escoger una sola respuesta los profesores se decantaron, más que por el tratamiento en sí mismo de la deontología y la autorregulación, por la perspectiva más global e incluyente de la responsabilidad de los medios con el derecho a la información, que es lo que fundamenta y da verdadero sentido al autocontrol.

En segundo lugar, a través del análisis minucioso de los 90 programas de ética periodística, que representan un porcentaje del 63% del total, unido a los resultados de la encuesta, contestada por el 74% de facultades y escuelas de periodismo, extraemos otra conclusión importante: que, en general, todos los syllabus contemplan ampliamente el enfoque del derecho a la información y el autocontrol.

Estos resultados guardan relación con el contexto periodístico de los países andinos estudiados, que están asistiendo a un resurgimiento de su deontología y al nacimiento, desde fines del siglo XX, de nuevos mecanismos de autorregulación para promover la responsabilidad de los medios y la participación, en esta misión, del público.

VII.4.4. Percepción sobre el nivel ético del periodismo y la contribución de los códigos.

En promedio entre los cinco países, un 49% de los profesores considera que el nivel ético del periodismo de su país es regular, lo cual evidencia una valoración crítica pero moderada acerca de los medios informativos del país, frente a un 33,7% que opina que es bueno. Este segundo resultado se debe al alto número de profesores que escogieron la categoría ‘bueno’ en Colombia (41%), Chile (40%) y Venezuela (50%). Un factor al que podemos atribuir este resultado es a la difícil y arriesgada labor periodística que tienen que desarrollar actualmente los periodistas colombianos en una situación de conflicto armado como la actual y a la compleja y restrictiva coyuntura política que viven los periodistas venezolanos. Estas condiciones hacen que se aprecie de modo especial la labor periodística.

A la vez, hay que destacar que un importante porcentaje considera que la contribución de los códigos éticos es mucha (31,64%) y bastante (21%), lo cual suma un 53% de opiniones positivas acerca de los códigos. Esto guarda relación con el generalizado

tratamiento de la deontología periodística en los programas académicos así como con el enfoque mayoritario que éstos tienen que es el del derecho a la información y el autocontrol, como ya hemos mencionado.

VII.4.5. Importancia y contribución de la materia de ética periodística.

Aunque no se suele mencionar como mecanismo de autocontrol, consideramos que la formación ética que se desarrolla en las universidades es de vital importancia para el desarrollo y eficacia del autocontrol. A través de la enseñanza universitaria de la ética, por la cual pasan el 91,4% de los alumnos de Comunicación Social/Periodismo de los cinco países estudiados, se está contribuyendo en buen grado a formar la conciencia profesional de los futuros periodistas, que es, en último término, la instancia donde la persona se juega las decisiones diarias y a través de las cuales se va forjando un determinado *ethos* o carácter moral profesional. Aquí radica, a nuestro parecer, la eficacia y la garantía de la enseñanza de la ética periodística como mecanismo de autocontrol a largo plazo.

Sin ignorar que la formación ética no se puede circunscribir a un espacio curricular sino que en ella intervienen todas las áreas y actividades del plan de estudios, aspecto que debería abordarse en trabajos posteriores, creemos que el campo específico de la asignatura de ética periodística es el espacio privilegiado para ello. Por otro lado, el aumento de la cultura ética del cuerpo de periodistas, que podríamos también llamar capital ético, garantiza, como acabamos de decir, la eficacia de los otros mecanismos de autocontrol como los códigos éticos, el *ombudsman*, los consejos de prensa y las comisiones o tribunales de ética. Es más, sin profesionales convencidos de la necesidad ética de equilibrar su libertad con la responsabilidad contraída con el público, los mecanismos de autocontrol no serían más que declaraciones de buenas intenciones u operaciones de imagen sin ninguna funcionalidad, llamados a desaparecer más tarde o más temprano.

Los resultados tanto de la encuesta como del análisis de los syllabus son concluyentes: la enseñanza de la ética periodística es una necesidad sentida en la formación universitaria de periodistas de la región andina y es obligación de las facultades y escuelas de Periodismo mantener ese espacio curricular, así como fortalecerlo. A la vez, la formación en ética periodística es una garantía para que los mecanismos de autocontrol tengan verdadera eficacia y razón de ser pues esto depende, en gran medida, de la disposición que tengan ante ellos los periodistas, en lo cual juega un papel fundamental la educación moral.

VII. 5. Los gremios periodísticos y la conciencia profesional de autocontrol.

Hay que reconocer un hecho que parece contradecir la importancia que tienen los códigos que han elaborado a lo largo de la segunda mitad del siglo XX los distintos gremios periodísticos, así como el resto de mecanismos de autocontrol impulsados por los mismos profesionales organizados. Se trata de una realidad tangible como es la debilidad e incluso descrédito en el que se encuentran muchos de los gremios de donde provienen los códigos analizados y el resto de mecanismos. Si dichos organismos, despojados de los afanes espurios y ambiciones personales de que han sido –y siguen siendo- objeto, asumieran la labor de difusión y debate público de los códigos, quedaría más que justificada la razón de ser y la pertinencia social que tanto se les cuestiona. Más aún en el momento actual, en el que el debate a favor de la colegiación está bastante superado.

Son estas organizaciones, representativas de los profesionales, las primeras llamadas a promover en el seno de la profesión los distintos mecanismos de autocontrol y a ponerlos en marcha. Además, tienen una misión importante a la hora de articular de diversas maneras la participación de la sociedad civil, de la cual forman parte, en los procesos de comunicación, a través de la educación y la movilización crítica de las audiencias.

Esta misión crucial que tienen ante sí los colegios y asociaciones de periodistas es todavía más apremiante en la región andina, donde la gran prensa, en la turbulenta historia democrática y de regímenes dictatoriales, en muchas ocasiones asumió posturas cautelosas (Ecuador y Venezuela), colaboradoras (Colombia) y ambiguas o acomodaticias (Chile) y, en general, tuvo la tendencia a mantener el *statu quo*. En este sentido, es importante el contrapeso que los gremios periodísticos pueden hacer, como el Colegio de Periodistas de Chile en la dictadura de Pinochet, en la defensa de los valores democráticos y del derecho a la información del público, no solo en tiempos de abierta censura sino en los nuevos modos de autocensura que impone el mercado.

Reinstaurada la democracia en casi toda la comunidad andina, salvando situaciones tan particulares como la de Venezuela, y últimamente de Bolivia, el problema en la región ya no radica tanto en regímenes represivos contra las libertades públicas sino en las restricciones a la libertad de expresión y al pluralismo que comporta la concentración empresarial, que afecta a la mayor parte de los grandes diarios y medios de nuestros cinco países. A lo que habría que añadir el doloroso conflicto armado que sufre Colombia, que condiciona de un modo muy especial y peligroso la labor de los periodistas. Ante esta realidad de los medios como poderosos grupos económicos, que explica en parte el

desinterés de algunos grandes diarios y cadenas audiovisuales por adoptar códigos éticos propios o por instaurar la figura del *ombudsman*, no se puede dejar el autocontrol a expensas de la sola iniciativa de los medios. Tiene que haber una acción conjunta entre periodistas, gremios, medios y sociedad civil, además del reconocimiento de su importancia por parte del Estado, para que la labor de los mecanismos autorreguladores tenga realmente efectividad a largo plazo y no se desvirtúe su función.

Hay que reconocer, no obstante, los logros de los mecanismos de autocontrol que han surgido de los medios, como el Consejo de la Prensa Peruana y el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación (Chile), pero consideramos que estos esfuerzos producirían resultados más sólidos, a la hora de crear una cultura social e institucional de autocontrol y responsabilidad de la prensa, si tuviesen en cuenta a todos los actores de la comunicación: dueños de los medios, directores, periodistas y público o sociedad civil. Y en esta labor es razonable exigir de los gremios y asociaciones de periodistas que la asuman con empeño y responsabilidad, dentro de su función primordial de guardianes de un periodismo que sirva a la verdad y al bien común.

VII.6. Sociedad civil y nuevos modos de promover la libertad-responsabilidad de los medios.

Unido al auge del autocontrol y la consolidación de la enseñanza de la ética periodística, otro rasgo característico de la región andina es el desarrollo, desde fines del siglo XX, de nuevos modos de exigir responsabilidad a los medios. Nos referimos sobre todo a la aparición de las veedurías y observatorios de medios que están multiplicándose en todos los países. Así, tenemos la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, en Perú (1999); el Observatorio Global de Medios, en Venezuela (2002); el Observatorio de medios Fucatel, en Chile (2003); el Observatorio de Medios del Ecuador (2007) y los observatorios de medios de las universidades La Sabana (1999), en Bogotá, y las de Manizales y Santiago de Cali, también en Colombia, por mencionar los más consolidados.

Estos organismos, que surgen de las universidades, de organizaciones sociales o de organismos internacionales, buscan de diversos modos movilizar a la sociedad civil y propiciar su participación en la comunicación, como condición para el juego democrático y para el desarrollo. Creemos que tanto las universidades como los profesionales y los medios están llamados a analizar y promover estas iniciativas, que tienden puentes entre los medios y sus audiencias y permiten que éstas ejerzan su legítimo derecho de vigilar a

los que vigilan. Una demostración de que esto es posible es la rica experiencia de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social de Perú que, aunando esfuerzos de la ciudadanía, universidades, medios y sector público, logró que la Ley de Radio y Televisión aprobada en 2004 incluyera una propuesta ciudadana en que intervinieron 80.000 personas y mil instituciones y organizaciones.

La emergencia, en la región andina, de una sociedad civil cada vez más madura y el desarrollo de vías para su participación, sobre todo en los procesos de comunicación, es señal de la creciente sensibilidad de las audiencias con sus derechos y de la comprensión de que actualmente los espacios de comunicación, tanto de los medios tradicionales como de los comunitarios, así como de los propiciados por las TIC's, son los escenarios privilegiados para construir lo que se está denominando como esfera pública comunicativa de la democracia. Para lograrlo, es una exigencia la cooperación entre todos: ciudadanía, medios públicos y privados, periodistas y academia. Una forma muy concreta de articular este trabajo conjunto son precisamente los mecanismos de autocontrol, como modo idóneo de participación del público y de su transformación en una ciudadanía mediática activa.

VII.7. Retos futuros.

A lo largo de esta investigación se ha dibujado, a través de un recorrido histórico y de la obtención y análisis de una valiosa y abundante información de primera mano, un panorama muy alentador: el importante y creativo desarrollo de la deontología y del resto de mecanismos de autocontrol en la región andina y la generalizada implantación de la ética periodística en los planes de estudio. El índice de participación alcanzado en este trabajo son cifras que hablan por sí solas: 120 profesores que contestaron la encuesta, procedentes de 110 universidades, y 89 syllabus obtenidos. Todo ello creemos, por otro lado, que es una muestra de que existe una seria preocupación sobre el papel que están desempeñado los medios informativos en estos países y de que se están proponiendo y ejecutando acciones concretas para afrontarlo. Y se está haciendo desde el autocontrol, que es la mejor manera que tienen medios y periodistas de garantizar la pertinencia de la misión social que cumplen sin perder la libertad, antes bien, como su pleno ejercicio.

Si bien lo anterior nos parece sumamente significativo, hay una dimensión fundamental que subyace en todo este movimiento de medios, organizaciones y universidades a favor de la ética periodística y del autocontrol. Se está posibilitando que los protagonistas y razón de ser del quehacer informativo, el público, tome parte activa en

ello, asumiendo el papel que normalmente se le ha usurpado. Pero hay algo más en juego. Se trata de si la información y la comunicación están contribuyendo a construir una comunidad política, en el sentido más originario del término; aquella formada por ciudadanos conscientes que se empoderan de las formas de participación a las que tienen derecho, en aras de construir juntos el bien común. Y la ciudadanía consiste en saberse dotado de unos derechos pero también de obligaciones y responsabilidades con el resto de la comunidad.

Esta educación para el ejercicio democrático cobra especial relevancia y urgencia en sociedades como las andinas, cuya pobreza y males crónicos está aumentando la indignación en una ciudadanía cada vez más despierta y consciente de sus derechos, pero sin ruta y sin un camino claro. Esta fuerza ciudadana, o bien se canaliza en favor de la democracia, o bien puede ser una fuente de gran conflictividad social y violencia, tan constante, por otra parte, en esas latitudes.

Y esta misión no podemos esperar que se realice en la familia, en la escuela, o desde el Estado, por la crisis que se sufre en todos estos niveles. Por tanto, es urgente un periodismo y una comunicación que generen ciudadanía, potenciando la libertad de expresión y el debate, y construyendo el espacio público en el que la gente común pueda ser oída y atendida en sus necesidades. Para ello se requiere la acción conjunta y solidaria de todos los sectores involucrados: medios públicos y privados, periodistas, organizaciones sociales, universidades y ciudadanos.

Por otro lado, las universidades están en deuda con toda esta realidad por la insuficiencia de investigación en el campo de la ética periodística y de sistematización de tantas experiencias significativas que ha habido, lo cual daría luces de cómo seguir avanzando en el desarrollo de mecanismos de autocontrol cada vez más eficaces y pertinentes con las demandas ciudadanas. En este sentido, creemos que este trabajo puede suscitar el interés para replicarlo en el país andino de Bolivia y en otras subregiones de América Latina, como Centroamérica, los países del cono sur o México. Al igual que esta investigación es, de alguna manera, la continuidad del realizado por la investigadora M^a. del Mar López Talavera en la misma Universidad Complutense de Madrid sobre la ética periodística en Latinoamérica, que abarcó de forma general a toda esa área geográfica, también es de esperar que futuras investigaciones continúen nuestra línea de trabajo. En este sentido, queda como necesario e interesante campo de estudio analizar la relación entre la labor del autocontrol y de la enseñanza con la práctica periodística, así como el

papel que los mecanismos de autocontrol de los medios de comunicación están desempeñando en el fortalecimiento democrático y en la construcción de una activa sociedad civil en Latinoamérica.

En la línea que acabamos de mencionar, una aspiración que tenemos, tras haber conversado con numerosos profesores y expertos en ética periodística y con profesionales muy comprometidos con una comunicación responsable con la ciudadanía, es la de conformar una red académica y profesional de periodistas de la Comunidad Andina de Naciones, para contribuir a la reflexión crítica sobre la labor de los mecanismos de autocontrol en la región y propiciar la construcción de otros nuevos, aprovechando la rapidez, conectividad y bajo coste que permiten las TIC's. La razón nos parece evidente. Al igual que sucede a nivel mundial, la reflexión y la acción en el campo del autocontrol de los medios de comunicación en la región andina, como fenómeno de fines del siglo XX, no ha hecho más que empezar y es mucho lo que queda por hacer, así como el reto conjunto que tienen ante sí todos los actores involucrados: periodistas, académicos, medios, sociedad civil, universidades y los propios Estados.

BIBLIOGRAFÍA

1. BIBLIOGRAFÍA SOBRE ÉTICA GENERAL.

- AGEJAS ESTEBAN, José Ángel (2002): "Ética: realización personal y desarrollo social", en Agejas, J.A. y Serrano, F.J. (coords.): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel.
- ARANGUREN, José Luis L. (1958): *Ética*. Madrid, Alianza.
- (1983) *Propuestas morales*. Madrid, Tecnos.
- (1992) *La comunicación humana*. Madrid, Tecnos.
- AZNAR GÓMEZ, Hugo y VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto (2000): *Deontología y Autorregulación informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada*. México D.F., Fundación Manuel Buendía.
- BERDIAEV, Nikolai (1946): *Essai de métaphysique eschatologique*. Paris.
- CABREJAS, Antonio (2006): "La ética del mundo globalizado" en *Vida Pastoral*, N° 123, julio-sept 2006, Bogotá.
- CAMPS CERVERA, Victoria (1993): *Virtudes públicas*. Madrid, Espasa Calpe (2ª. ed).
- CORTINA ORTS, Adela (1998): *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid, Alianza Editorial, (2ª. ed.)
- (1999) *Ética sin moral*. Madrid, Tecnos, (4ª. ed.).
- (2001) *Ética Mínima*. Madrid, Tecnos, (7ª.ed.).
- JOHANNESSEN, Richard L. (1978): *Ethics in human communication*. New Jersey, Avery Publishing Group Inc.
- JONAS, Hans (1995): *El principio de responsabilidad. Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*. Barcelona, Editorial Herder.
- JOYANES AGUILAR, Luis (1997): "Valores éticos y sociales de las tecnologías de la información y la comunicación" en *Cibersociedad: los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid, McGraw Hill, pp. 265-266.
- MÉNDEZ, José María (1995): *Introducción a la axiología*. Madrid, Fragua.
- MILL, John Stuart (1988): *Sobre la libertad*. Madrid, Alianza (6ª. ed.).
- PARRA PUJANTE, Antonio (2003): *Periodismo y verdad: filosofía de la información periodística*. Madrid, Biblioteca Nueva.
- RODRÍGUEZ DUPLÁ, Leonardo (1995): "Ética clásica y Ética periodística", en *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Enrique Bonete y AAVV, Madrid, Tecnos.

2. BIBLIOGRAFÍA SOBRE EL MARCO HISTÓRICO GENERAL Y LATINOAMERICANO DEL PERIODISMO.

- AGUADERO FERNÁNDEZ, Francisco: *La sociedad de la información*. Madrid, Acento Editorial, 1997.
- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2007): "Estado de la libertad de expresión", en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Barcelona/Madrid, Fundación Telefónica/Ariel.
- ALBERT, Pierre (1990): *Historia de la prensa*. Madrid, Ediciones Rialp.
- ANTOINE FAÚNDEZ, Cristian (2005): "El Informe MacBride y la Comisión Hutchins", en *Información Pública*, Vol. III, N°. 2, nov. 2005. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Universidad Santo Tomás.
- BARRERA, Carlos (coord.) (2004): *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, Ariel.
- BATAILLON, Claude (1979): "Quelques aspects des média en Amérique Latine" en Groupe de recherche sur l'Amérique Latine/Université de Toulouse-Le Mirail. Centre Interdisciplinaire d'Études Latino-Américaines: *Communications de masse en Amérique Latine*. Paris, CNRS.

- BERNEDO, Patricio (2004): “Nacimiento y desarrollo de la prensa periódica nacional en América Latina”, en BARRERA, Carlos (coord.) *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona, Ariel.
- BUCKMAN, Robert T. (1996): “Current status of the Mass Media in Latin America”, en Richard R. Cole (ed): *Communication in Latin America. Journalism, Mass Media and Society*. Wilmington (Delaware), Jaguar Books.
- CETTO, Ana M^a y VESSURI, H. (1998): “América Latina y el Caribe”, en UNESCO (1998): *Informe Mundial sobre la Ciencia 1998*. Madrid: Santillana/UNESCO.
- CHECA GODOY, Antonio (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Sevilla, Alfar.
- CLARET, Andreu (1994): “Las nuevas reglas del juego”, en *La aldea Babel. Medios de Comunicación y relaciones Norte-Sur*. Barcelona, Intermón/Deriva Editorial.
- DESANTES GUANTER, José María (1988): “Ética y derecho en el control del contenido de los medios”, en Mac Hale, Tomás P.: *Libertad de expresión, ética periodística y desinformación*. Santiago de Chile, Centro de Estudios de la Prensa, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.) (2007): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- FERRER ESCALONA, Argelia (2003): *Periodismo científico y desarrollo*. Mérida (Venezuela), Universidad de los Andes. Ediciones del Rectorado.
- FILGUEIRA, Carlos H. y NOHLEN, Dieter (Comp.) (1994): *Prensa y transición democrática. Experiencias recientes en Europa y América Latina*. Frankfurt/Madrid, Vervuert Verlag/Iberoamericana.
- FLORES JARAMILLO, Renán (1976): *La prensa en Hispanoamérica*. Madrid, Magisterio Español/Prensa Española.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Grijalbo.
- GÓMEZ APARICIO, Pedro (1958): “Un acontecimiento grave en el mundo de la información”, en *Nuestro Tiempo*, N° 49 (julio 1958). Pamplona, Edisa.
- GUASCH BORRAT, Juan María (1990): “La prensa en Iberoamérica”, en Pierre Albert, *Historia de la prensa*, Madrid, Rialp.
- HALLIN, Daniel C. y MANCINI, Paolo (2007): “Un estudio comparado de los medios en América Latina”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- HOLMES, Stephen (1993): *The anatomy of antiliberalism*. Cambridge, Harvard University Press.
- HERZOG, Román (2001): “Internet en América Latina. Entre el comercio electrónico y la cabina pública.” En <http://www.dse.de/zeitschr/ds100-3.htm> Consulta: 23-08-01.
- JELÉN, Marcelo (2001): “Colegios profesionales: periodistas contra el muro”, *Sala de Prensa*, N°. 30 (abril 2001), Año III, Vol. 2, <http://www.saladeprensa.org/art212.htm#21>.
- LEIGH, Robert D. (1974): *A free and responsible press. A general report on mass communication: newspapers, radio, motion pictures, magazines and books, by the Commission on Freedom of the Press*. Chicago, The University of Chicago Press, (1a. ed. 1947).
- LLOYD SOMMERLAD, E. (1969): *La prensa en los países en desarrollo*. México, Manuales UTEHA (Unión Tipográfica editorial Hispano Americana), N°. 374.
- LÓPEZ, Salvador P. (1953): *Freedom of Information*. Informe elevado al Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. Nueva York. (Doc. E/2426).
- MACBRIDE, Sean (1980): *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. París, Unesco/México, Fondo de Cultura Económica.
- MACQUAIL, Denis (1991): *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona, Paidós.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1981): *La información en una sociedad industrial. Función social de los mass media en un universo democrático*. Madrid, Tecnos.

- MARTÍNEZ DE TODA Y TERRERO, José (1995): “Enfoques latinoamericanos sobre la educación para los medios”, en *Revista de Ciencias de la Información*, Número Extraordinario 1995, Segunda Época.
- PETERSON, Theodore (1967): “La teoría de la responsabilidad social de la prensa”, en Fred S. Siebert y Theodore Peterson, *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor.
- PIERCE, Robert N. (1982): *Libertad de expresión en América Latina*. Barcelona, Mitre.
- REYES MATTA, Fernando (2005): “Anticipaciones y propuestas en el Informe MacBride”, en *Información Pública*, Vol. III, N°. 2, nov. 2005. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Universidad Santo Tomás.
- RÍOS VICENTE, Enrique (1994): “El periodismo en Iberoamérica”, en Pizarroso Quintero, Alejandro: *Historia de la Prensa*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- RÓMULO, Carlos P. (1948): *United Nations Freedom of Information Conference 1948. What the Conference Achieve. United Nations Bulletin*, vol. IV, n° 19. <<http://www.un.org/Pubs/chronicle/index.html>>.
- RUIZ, Fernando Javier y WAISBORD, Silvio (2004): “Los medios de comunicación en América Latina. II. De la era de las dictaduras a la era de las democracias (1975-2003)”, en C. Barrera (coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, Ariel.
- RUIZ, Fernando Javier (2007): “Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina. Primer Semestre 2007”, en Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina/Universidad Austral, http://www.cadal.org/informes/nota.asp?id_notas=2030.
- SANTIBÁÑEZ, Abraham (2005): “Del Informe MacBride al ‘blog’: El magnífico desorden informativo internacional del siglo XXI”, en *Información Pública*, Vol. III, N°. 2, nov. 2005. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Universidad Santo Tomás.
- SIEBERT, Fred S. y PETERSON, Theodore (1967): *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*. Buenos Aires, Ediciones de la Flor.
- SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA (2001): *Libertad de prensa en las Américas: informe anual 2002*. Miami, SIP.
- TARÍN-IGLESIAS, José (1972): *Panorama del periodismo hispanoamericano: desde sus orígenes hasta nuestros días*. Barcelona, Salvat.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús y MARTÍNEZ RIAZA, Ascensión (1992): *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid, Mapfre.
- UNESCO/CINDOC (1998): *Informe Mundial sobre la Información 1997/98*. París, Ediciones UNESCO/CINDOC.
- URIBE ORTEGA, Hernán (1988): *La guerra secreta de las noticias: la desinformación en América Latina*. Praga, Organización Internacional de Periodistas.
- VILLAMARÍN CARRASCAL, José (1997): *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito, Radmandí.
- (2006): “Los primeros periódicos y la prensa insurgente en América Latina”, en *Sala de Prensa* (enero 2006), N. 87, Año VII, Vol. 3, www.saladeprensa.org/art655.htm.
- VOYÈNNE, Bernard (1968): *La prensa en la sociedad contemporánea*. Madrid, Editora Nacional.
- ZETA DE POZO, Rosa (2004): “Los medios de comunicación en América Latina. I. La época de la concurrencia de medios (1918-1975)”, en C. Barrera, (coord.): *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona, Ariel.

3. BIBLIOGRAFÍA SOBRE ÉTICA PERIODÍSTICA.

AAVV (1993): *Ética y Comunicación Social. Converses a la Pedrera*. Barcelona, Generalitat.

- AAVV (2003): *Veracidad y objetividad: desafíos éticos en la sociedad de la información*. Primer Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información. Valencia, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
- AGEJAS ESTEBAN, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coords.) (2002): *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona, Ariel.
- ALIX, François-Xavier (1997): *Une éthique pour l'information. De Gutenberg à Internet*. París, Ed. L'Harmattan.
- BARROSO ASENJO, Porfirio y LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Fragua.
- BENITO JAÉN, Ángel (dir.) (1991): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- BETTETINI, Gianfranco y FUMAGALLI, Armando (2001): *Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación*. Pamplona, Eunsu.
- BLÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Niceto (2002): *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- (2004): *Ética y medios de comunicación*. Madrid, BAC.
- BONETE PERALES, Enrique (1995): "De la ética filosófica a la deontología periodística", en Bonete Perales, E. (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos.
- (1999) (ed.) *Ética de la Comunicación Audiovisual*. Madrid, Tecnos.
- BROWN, Lee (1977): *Responsabilidad social de la prensa. ¿Cumple ésta con su deber?*. México, Editores Asociados, S.A. (edición original en inglés de 1974).
- CAMPS CERVERA, Victoria (1995): "El lugar de la ética en los medios de comunicación", en Enrique Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos.
- CHRISTIANS, Clifford G. (1986): "Mass communications compromise the truth", en *Media Development*, no. 3/1986, Vol. XXXIII, World Association for Christian Communication.
- (1995) "Review Essay: Current Trends in Media Ethics", en *European Journal of Communication*, vol. X, N^o. 4. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Sage. (pp. 545-559)
- (2000) "An intellectual History of Media Ethics". En Pattyn, Bart (ed.): *Media Ethics: Opening Social Dialogue*. Lovaina, Peeters, pp. 15-46.
- CHRISTIANS, Clifford G., FERRÉ, J.P. y FACKLER, P. Mark (1993): *Good News. Social Ethics and the Press*. Oxford, University Press.
- CONILL, Jesús y GOZÁLVEZ, Vicent (2004): *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona, Gedisa.
- CONILL SANCHO, Jesús (2004): "Economía ética de los medios de comunicación", en J. Conill y V. Gozálvéz (coords.): *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona, Gedisa.
- (2007) "¿Es posible una ética de la empresa periodística? Nueva cultura empresarial en la jungla global", conferencia pronunciada en el III Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicación, el 16 de octubre de 2007, en la Universidad Técnica Particular de Loja. OCLACC/UTPL, Loja (Ecuador), (inédito).
- COOPER, Thomas W.; CHRISTIANS, Clifford; PLUDE, Frances F. y WHITE, Robert A. (eds.) (1989): *Communication ethics and global change*. New York, Longman.
- CORNU, Daniel (1994): *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*. Genève, Labor et Fides.
- CORTINA, Adela y AAVV (2003): *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*. Madrid, Trotta.
- (2004) "Ciudadanía activa en una sociedad mediática", en *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, J. Conill y V. Gozálvéz (coords.), Barcelona, Gedisa.

- (2007) “Ética de la información y ciudadanía activa en una sociedad mediática”, conferencia pronunciada en el III Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicación, el 16 de octubre de 2007, en la Universidad Técnica Particular de Loja. OCLACC/UTPL, Loja (Ecuador), (inédito).
- DE FONTCUBERTA, Mar (1999): “Pauta y calidad informativa”, en *Cuadernos de Información*, No. 13/1999. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- DERIEUX, Emmanuel (1983): *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. Pamplona, Eunsa.
- ECHANIZ, Arantza y PAGOLA, Juan (2004): *Ética del profesional de la comunicación*. Bilbao, DDB.
- ELLIOTT, Deni (ed.) (1986): *Responsible Journalism*. Beverly Hills, Sage Publications.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (ed.) (2000): *Ética en la comunicación*. Madrid, Editorial Universitas.
- ETXEBERRIA, Xavier (1995): *Ética periodística. Aproximaciones a la ética de la información*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (2002): *La responsabilidad de los medios de comunicación*. México, Paidós.
- FINK, Conrad C. (1988): *Media ethics: in the newsroom and beyond*. New York, McGraw-Hill.
- FLECHA ANDRÉS, José-Román (1995): “Ética cristiana, medios de comunicación y responsabilidad del periodista”, en E. Bonete (coord.): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid, Tecnos.
- GATTI, Guido (1997): *Ética de las profesiones formativas*. Bogotá, San Pablo.
- GOODWIN, H. (1987): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. México, Gernika.
- (1994) *Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética*. Bogotá, Tercer Mundo Editores.
- IGGERS, Jeremy (1998): *Good News, Bad News. Journalism Ethics and the Public Interest*, Oxford, Westview Press.
- LAMBETH, Edmund B. (1992): *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*. México D.F., Limusa.
- LIPOVETSKY, Gilles (2003): *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Barcelona, Anagrama.
- LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban y ORIHUELA, José Luis (ed.) (1988): *La responsabilidad pública del periodista. Actas de las II Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*. Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- MCQUAIL, Denis (1998): *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Amorrortu editores.
- MERRILL, J y BARNEY, Ralph (1975): *La prensa y la ética: ensayos sobre moral de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- MERRILL, John C. (1981): *Periodismo existencial. Nuevo enfoque hacia las posibilidades de una prensa independiente, veraz y honesta*. México D.F., Edamex.
- (1982) *El imperativo de la libertad. Una filosofía de la autonomía periodística*. México, Edamex.
- (2007) *La Ética del Periodismo. Fundamentos filosóficos de los nuevos medios de información*. Loja (Ecuador), Universidad Técnica Particular de Loja. Traducción española de Porfirio Barroso Asenjo.
- NORDENSTRENG, Kaarle y TOPUZ, Hifzi (ed.) (1989): *Journalist: Status, Rights and Responsibilities*. Praga, Internacional Organization of Journalists.
- OSOLNIK, Bogdan (1980): “*Ethique professionnelle dans la communication de masse*”, en Sean Macbride: *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*; Fondo de Cultura Económica, México; UNESCO, París.

- PONTIFICIO CONSEJO DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES (2000): *Ética en las comunicaciones sociales*. En: *Ecclesia*, nn. 3001-2, 17 y 14 de junio de 2000, pp. 1000-1010 (40-50).
- PRATS, Enric et al. (2004): *Ética de la Información*. Barcelona, Editorial UOC.
- PRITCHARD, David y PERONI, Madelyn (1987): "Impact of Ethics Codes on Judgments by Journalists: A Natural Experiment", en *Journalism Quarterly*, vol. 64, no. 2-3, pp. 934-939.
- RAMÍREZ, Pedro J. (1980): *Prensa y libertad*. Madrid, Unión Editorial.
- RIVERS, William L. y SCHRAMM, Wilbur (1973): *Responsabilidad y comunicación de masas*. Buenos Aires, Troquel.
- RIVERS, William L. y MATHEWS, Cleve (1994): *La ética en los medios de comunicación*. México, Gernika (2ª ed.).
- RUIZ, Carlos (2003): *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao, Grafite Ediciones.
- SANDERS, Karen (2003): *Ethics and Journalism*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications.
- SCHMUHL, Robert (1985): *Las responsabilidades del periodismo*. Barcelona, Mitre.
- SORIA SAIZ, Carlos (1997): *El laberinto informativo: una salida ética*. Pamplona, EUNSA Ediciones Universidad de Navarra.
- (1991a) "Derecho a la Información", en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1991b) *La hora de la ética informativa*. Barcelona, Mitre.
- (1989) *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona, Mitre.
- SWAIN, Bruce (1983): *Ética Periodística*. Buenos Aires, Ediciones Tres Tiempos.
- TROTTI, Ricardo (1993): *La dolorosa libertad de prensa*. Buenos Aires, Atlántida.

4. BIBLIOGRAFÍA SOBRE DEONTOLOGÍA Y AUTOCONTROL.

- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2002): "La figura del defensor de lector en los diarios digitales", en *Sala de Prensa*, núm. 50, Año VI, Vol. 2, página web: www.saladeprensa.org/art405.htm, fecha de consulta: 5-2-08.
- (2004): "Autorregulación periodística", en *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 84, Año XVI, nov 03/ene 04, México D.F., ECO Información SC. También disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc84/autorregulacion.html>, consulta: 15-5-08.
- ARAUJO SÁNCHEZ, Diego (1997): "Regulación de los medios de comunicación: necesidad, viabilidad y propuestas", en Friedrich Ebert Stiftung: *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación, pp. 215-224.
- (1996): "Perfiles de la Defensoría del Lector" en *Chasqui*, No. 54, jun. 1996, Quito, Editorial Quipus-CIESPAL.
- (1998) "Medios: regulación y autorregulación", en *Chasqui* N°. 61, marzo 1998. Quito, CIESPAL (pp. 39-41).
- AZNAR GÓMEZ, Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona, Paidós.
- (1999a) *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel.
- (1999b) *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, Paidós.
- (1997): "El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo", en *Anàlisi*, N°. 20. Barcelona, Universidad Autònoma de Barcelona. (pp. 125-144).

- BARROSO ASENJO, Porfirio (1991) "Códigos deontológicos de la comunicación" en Ángel Benito (dir.) *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1984) *Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas*. Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino.
- BEL MALLÉN, José Ignacio (1991): "Autocontrol" en Ángel Benito (coord): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- (1992) "La responsabilidad jurídico-informativa del sujeto profesional", en J.I. Bel Mallén et al.: *Derecho de la Información* (I). Madrid, Colex.
- (1992) "El autocontrol de la actividad informativa", en J.I. Bel Mallén et al.: *Derecho de la Información* (I). Madrid, Colex.
- BEL MALLÉN, José I. y CORREDOIRA, Loreto (coords.) (2003): "Autocontrol", en *Derecho de la información*. Barcelona, Ariel, pp. 293-308.
- BELSEY, Andrew y CHADWICK, Ruth (eds.) (1992): *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Londres/Nueva York, Routledge.
- BERTRAND, C.-J., SORIA, C. y ZÁRATE, J.R. (1984): "Teoría y práctica de los Consejos de Prensa", en revista *Nuestro Tiempo*, Noviembre 1984. Pamplona, Edisa.
- BERTRAND, Claude-Jean (1999): *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Ed. Economica.
- (1981) "Autocontrol de la prensa", en revista *Nuestro Tiempo*, No. 322, Año 27, Vol. LV, Abril 1981, Pamplona, Edisa.
- BRAJNOVIC, Luka (1978): *Deontología periodística*. Pamplona, Universidad de Navarra (2ª ed.)
- BRUUN, Lars (ed.) 1979: *Professional Codes in Journalism*. Praga, Internacional Organization of Journalists.
- CEBRIÁN ECHARRI, Juan Luis (2003): *Cartas a un joven periodista y un epílogo para adolescentes*. Madrid, Aguilar.
- CHRISTIANS, Clifford G. (1989): "Self-Regulation: A Critical Role for Codes of Ethics", en E. Dennen, D. Gillmor y T. Glasser (eds.): *Media Freedom and Accountability*. Westport: Greenwood Press.
- (1999) "Éthique de l'entreprise et codes de déontologie", en CJ Bertrand (1999): *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Ed. Economica.
- COLOMBO, Furio (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona, Anagrama.
- DESANTES GUANTER, José María (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*. Madrid, Cuadernos para el Diálogo.
- (1984) Prólogo a Barroso, P.: *Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones Públicas*. Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, pp. 7-12.
- FERNÁNDEZ AREAL, Manuel (1998): *Información y Público. Análisis de un caso en la Prensa canaria*. Pontevedra, Diputación de Pontevedra.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (2002): "Deontología, función y valoración sociales y responsabilidad de los profesionales de la información y la comunicación", en AAVV: *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*. Madrid, Consejo Social de la UCM.
- GEYER, François (1975): *Les codes déontologiques dans la Presse Internationale*. Lausana, Federación Internacional de Periodistas.
- GLASSER, Theodore L. (1999): "L'ombudsman de presse aux États-Unis", en *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Ed. Economica.
- GLASSER, Theodore L. y ETTEMA, James S. (1985): *A Census of North American Newspaper Ombudsman: Preliminary Findings*. Minneapolis, Silha Center, University of Minnesota, pp. 8-11.

- (1987) "Public Accountability or Public Relations? Newspaper *Ombudsmen* define their role", en *Journalisme Quaterly*, primavera 1987, pp. 3-12.
- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1987): *Manual de Deontología Informativa*, Madrid, Alhambra.
- HAMELINK, Cees (1979): "Periodismo: principios éticos en los códigos y en la práctica", en Alberto Ruiz Eldredge: *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Editorial Nueva Imagen.
- (1995) "Ethics for Media Users", en *European Journal of Communication*, vol. X, N°. 4. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, SAGE. (pp.497-512)
- HARRIS, Nigel (1992): "Codes of conduct for journalists", en Andrew Belsey y Ruth Chadwick: *Ethical Issues in Journalism and the Media*. Londres/Nueva York, Routledge. (pp. 33-48)
- HERRERA DAMAS, Susana (2005): "Situación del ombudsman en el mundo", en *Sala de Prensa*, N°. 76 (feb 2005), Año VI, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art586.htm>, consulta: 9-2-08.
- (2008) "La participación del público en los medios de comunicación", en *Sala de Prensa*, N°. 103 (mayo 2008), Año X, Vol. 4. En: <http://www.saladeprensa.org/art729.htm>, consulta: 1-5-08.
- IBÁÑEZ PÉREZ, Santos (1974): *Análisis comparativo de los códigos deontológicos*. Pamplona, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Navarra.
- IGLESIAS, Francisco (1994): "Las audiencias, un contrapoder informativo", en Fernández Areal, M. (dir.): *Comunicación Social*. Jornadas sobre comunicación social. Pontevedra, 3-8 octubre de 1994. Santiago de Compostela, Escola Galega de Administración Pública (pp. 53-62).
- JONES, J. Clement (1981): *Déontologie de l'information. Codes et conseils de presse. Étude comparative des règles de la morales pratique dans les métiers d'information à travers le monde*. París, UNESCO.
- LAITILA, Tiina (1995): "Codes of Ethics in Europe", en K. Nordenstreng (ed.) (1995): *Reports on Media Ethics in Europe*. Tampere, University of Tampere (Finlandia).
- (1995) "Journalistics Codes of Ethics in Europe" en *European Journal of Communication*, vol. X, N°. 4. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, SAGE.
- (1995) *Ética de los medios en Europa. En busca de una base común* [Tesis Doctoral]. Universidad de Tampere (Finlandia), inédita.
- LÖEFFLER, Martin y HÉBARRE, Jean Louis (eds.) (1968): *Nature et Fonctions de l'auto-control de la presse: les organismes déontologiques de la presse* (vol. 7). Munich, Verlag C.H. Beck.
- MACIÁ BARBER, Carlos (2006): *La figura del defensor del lector, del oyente y del telespectador. Los paladines contra el periodismo desencaminado*. Madrid, Editorial Universitas S.A.
- MCQUAIL, Denis (1994): "Lecture on Media Accountability in the University of Ámsterdam", 17 March, 1994.
- NORDENSTRENG, Kaarle (1986): "Ética profesional y la Declaración de la UNESCO", en *Chasqui*, N°. 18 (abril-junio 86). Quito, CIESPAL (pp. 4-7).
- NÚÑEZ ENCABO, Manuel (1995): "Código europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa)", en Bonete Perales, Enrique (coord.) *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos.
- OCAMPO PONCE, Manuel (2002): "Los códigos deontológicos, historia, necesidad, realizaciones y límites" en José Ángel Agejas y Francisco José Serrano (coords.): *Ética de la comunicación y la información*. Barcelona, Ariel.
- O'MALLEY, Tom y CLIVE, Soley (2000): *Regulating The Press*. Londres, Pluto Press.
- PARRA JUNQUERA, José (2006): "Los códigos deontológicos y la Ética Periodística", lección 35 de sus apuntes inéditos para la materia "Ética y Deontología Profesional", impartida en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, 2006.
- PATTYN, Bart (ed.) (2000): *Media Ethics. Opening Social Dialogue*. Lovaina, Peeters.

- PÉREZ FUENTES, Juan Carlos (2004) (Compilación y edición): *Ética Periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- PIGEAT, Henri y HUTEAU, Jean (2000): *Déontologie des médias: institutions, pratiques et nouvelles approches dans le monde*. París, UNESCO/Económica.
- PRIETO, Juan Antonio (1995): "Código de la Federación Internacional de Periodistas", en Enrique Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos (pp. 215-231).
- RANCAÑO PÉREZ, Beatriz (2004): *La autorregulación en el periodismo: perspectiva histórica y comparada en seis países de la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita.
- SENADO (1996): *Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Secretaría General del Senado.
- SUÁREZ VILLEGAS, Juan Carlos (1999): *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*. Alcalá de Guadaira, Editorial MAD.
- (2001) *Análisis ético de la información (casos prácticos y documentos deontológicos)*. Alcalá de Guadaira, Editorial MAD.
- UNESCO (1995): *Medios de comunicación y democracia en América Latina y el Caribe*. París, UNESCO.
- VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1991): *Ética y deontología de la información*. Madrid, Paraninfo.
- (1995) "Casos éticos, deontológicos y jurídicos", en EL-MIR, Amado, José y Valbuena, Felicísimo: *Manual de Periodismo*. Las Palmas de Gran Canarias, Universidad de Las Palmas de G.C., Editorial Prensa Ibérica.
- VIDELA RODRIGUEZ, José Juan (2004): *La ética como fundamento de la actividad periodística*, Madrid, Fragua.
- VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto (1996): *Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo*. México, Fundación Manuel Buendía/Generalitat de Cataluña.
- (1999): *Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. México D.F., Pontificia Universidad Javeriana/Universidad Iberoamericana.
- (2000) *Autorregulación de la prensa. Una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México, Universidad Iberoamericana/Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- (2002) *Autorregulación de la prensa*. México D.F., Universidad Iberoamericana.
- WHITE, Robert (1988): "Factores sociales y políticos en el desarrollo de la ética de la comunicación" en *Diálogos de la Comunicación*, no. 22, nov. 1988. Lima, Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social.
- (1995) "A Systemic View of Communication Ethics", en *European Journal of Communication*, vol. X, N.º. 4. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, SAGE.

5. DERECHO DE LA INFORMACIÓN.

- BEL MALLEN, José Ignacio et al. (1992): *Derecho de la Información* (I). Madrid, Colex.
- CONCILIO VATICANO II (1963): Decreto *Inter Mirifica*, de 4-12-63 en http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html, consulta: 17-6-07.
- DESANTES GUANTER, José M^a. (1974): *La información como derecho*. Madrid, Editora Nacional.
- (1976) *La función de informar*. Navarra, Eunsas.
- (1976) *La verdad en la información*. Valladolid, Diputación Provincial de Valladolid.

- (1977) *Fundamentos del Derecho de la Información*. Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorros.
- DESANTES GUANTER, J. M^a. et al. (1994): *Derecho de la Información (II)*. Madrid, Colex.
- DE CARRERAS, Francesc (1990): *Libertad de Expresión, Anuario 1990*. Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona.
- DE CARRERAS SERRA, Lluís (1996): *Régimen jurídico de la Información*. Barcelona, Ariel.
- DE ESTEBAN, Jorge (1976): *Por una comunicación democrática*. Valencia, Fernando Torres-Editor.
- DEL HIERRO AGUAZAS, José Luis (1991): “Libertad de prensa”, en Ángel Benito (coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis (1997): *Manual de Derecho de la Información*. Madrid, Dykinson.
- (2004) *Derecho de la Información*. Madrid, Dykinson (3^a. ed.).
- FOLLIET, Joseph (1972): *La información hoy y el derecho a la información*. Santander, Sal Terrae.
- GARCÍA PELAYO, Manuel (1984): *Derecho Constitucional Comparado*. Madrid, Alianza.
- GONZÁLEZ BALLESTEROS, Teodoro (2002): “El Derecho del ciudadano a la información veraz”, en AAVV: *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*. Madrid, Consejo Social de la UCM.
- GROOSCORS, Guido: 1997): “El derecho humano a la información”, en Alicia Fraerman (ed): *Ética en la comunidad iberoamericana*. Madrid, Editorial Comunica.
- LOEWENSTEIN, Kart (1970): *Teoría de la Constitución*. Barcelona, Ariel.
- MUÑOZ MACHADO, Santiago (1988): *Libertad de prensa y procesos de difamación*. Barcelona, Ariel.
- ORTEGA GUTIÉRREZ, David (2003): en *Manual de Derecho de la Información*. Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- ROMERO COLOMA, A.M. (1987): *Derecho a la intimidad, a la información y proceso penal*. Madrid, Editorial Colex.
- RUIZ, Carlos (2003): *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao, Grafite Ediciones.
- RUIZ ELDREDGE, Alberto y EEK, Hilding (comp.) (1979): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*, México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.
- SÁNCHEZ AGESTA, Luis (1980): *Curso de Derecho Constitucional Comparado*. Madrid, Facultad de Derecho de la Universidad Complutense de Madrid.
- SORIA SAIZ, Carlos (1983): “Nota Preliminar” al libro de Emmanuel Derieux: *Cuestiones ético-jurídicas de la Información*. Pamplona, Eunsu.
- TERRÓN MONTERO, Javier (1980): “Libertad de expresión y Constitución”, en *Documentación Administrativa*, N^o. 187 (jul-sept 1980), Madrid, p. 201.
- VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto (1997): *Régimen constitucional de las libertades de expresión e información en los países del mundo*. Madrid, Fragua.
- VILLANUEVA VILLANUEVA, Ernesto y CARREÑO CARLÓN, José (coords.) (1998): *Temas fundamentales de Derecho a la Información en Iberoamérica*. Madrid, Fragua.
- VOYÈNNE, Bernard (1970): *Le droit à l'information*. París, Aubier Montaigne.

6. ÉTICA PERIODÍSTICA, DEONTOLOGÍA Y AUTOCONTROL EN AMÉRICA LATINA.

- AAVV (1993): *Ética Periodística*. Lima, Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.
- AGUADED GÓMEZ, J. Ignacio y CABERO ALMENARA, Julio (dir.) (1995): *Educación y Medios de Comunicación en el contexto iberoamericano*, Sevilla, Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de La Rábida, Colección Encuentros Iberoamericanos.

- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo (2002): *Mecanismos de autorregulación. Un estudio comparado sobre la ética periodística en Latinoamérica*, [Tesis Doctoral], Universidad de Occidente.
- (2003): "Contextos jurídico, político y social del defensor del lector", en Sala de Prensa, N°. 53, Año V, Vol. 2, <http://www.saladeprensa.org/art428.htm>, consulta: 17-5-08.
- ALFARO MORENO, Rosa María (2006): "Aportes de los observatorios a la autorregulación ética" en A.C.S. Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya. Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, Calandria/VCCS. (pp. 75-92)
- BLÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Niceto (1994) "Ética periodística en Iberoamérica", en *Studium*, Vol. XXXIV, fasc. 3 (pp. 389-407).
- (1995) "La deontología periodística en Latinoamérica", en E. Bonete (coord.): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*. Madrid, Tecnos. (Cap. 13, pp. 280-297)
- (2002) "La ética periodística en España e Iberoamérica" en BLÁZQUEZ, Niceto: *La nueva ética en los medios de comunicación*. Madrid, BAC. (Cap. VIII, pp. 223-285)
- BURBANO DE LARA, Felipe (1997): "Reflexiones sobre los propósitos y posibilidades del 'ombudsman'", en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación.
- CACUA PRADA, Antonio y PRIESS, Frank (2000): *Ética y responsabilidad. Reflexiones para periodistas*. Bogotá, Konrad Adenauer Stiftung/Organización de Asociaciones de Periodistas Iberoamericanos (OAPI).
- CAJÍAS, Lupe (1997): "Autorregulación, código de ética y ley de imprenta", en Friedrich Ebert Stiftung: *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación.
- CARAZO, Alfredo J. (1989): "Latin America/FELATRAP", en Nordenstreng y Topuz (eds.): *Journalists: Status, Rights and Responsibilities*. Praga, International Organization of Journalists.
- CENTRO INTERNACIONAL PARA PERIODISTAS (1998): "A.L.: La ética de los reporteros y editores", en *Chasqui*, N°. 61, marzo 1998. Quito, CIESPAL.
- CIESPAL (1990): *Códigos de ética de los periodistas*. Cuadernos Chasqui No. 10, Quito, CIESPAL.
- COLOMINA, Marta (1996): "Los reclamos de cultura y ética frente a los comunicadores sociales", en *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, no. 96, (cuarto trimestre 1996). Caracas.
- COLE, Richard R. (ed.) (1996): *Communication in Latin America: journalism, mass media, and society*. Wilmington (Delaware), Scholarly Resources, Jaguar Books.
- DE ANDRADE, Talis (1970): *La empresa y el periodista. Relaciones actuales y las deseables. La cláusula de conciencia. El código de ética. Las asociaciones y sindicatos*. Quito, CIESPAL.
- ESQUIVEL HERNÁNDEZ, José Luis (2004): "Diez mandamientos del periodismo", en *Revista Mexicana de Comunicación*, no. 87, Año XVI, jun/jul 2004, México D.F., ECO Información SC.
- FREUNDT-THURNE, Úrsula (2006) "La autorregulación: precisiones, presiones y posibilidades", en Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social: *Autorregulación ya: búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS. (pp. 17-20)
- FUNDACIÓN FRIEDRICH EBERT (1997): *Mecanismos de regulación de los medios de comunicación. Experiencias latinoamericanas*. Quito, Papim C.A.
- FUNDACIÓN NUEVO PERIODISMO IBEROAMERICANO/CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (2004): *Ética, calidad y empresa periodística en América Latina*. México, FNPI.
- GARAVITO VILLARREAL, Daniel (2005): "La responsabilidad social: una ética de lo público. De la justicia como marco ilustrado del sujeto al consenso político", en *Interacción. Revista de Comunicación educativa*, N°. 42. Bogotá, Centro de Comunicación Educativa Audiovisual (CEDAL).

- GARGUREVICH REGAL, Juan (1986): "La Ética en la Empresa Periodística", en *Chasqui*, N°18 (abril-junio 1986), Quito, CIESPAL (pp. 19-23).
- GONZÁLEZ, Carlos Manuel (2002): "Ética: dimensión insoslayable de la comunicación", en *Temas y Problemas de Comunicación*, Año 10, vol. 12, 2002. Río Cuarto (Argentina), Universidad Nacional de Río Cuarto.
- HERNÁNDEZ LÓPEZ, Rogelio (1996): "De 61 periodistas a la UIA. Una carta muy significativa", en *Umbral XXI*, N°. 20 (primavera 1996). México D.F., Universidad Iberoamericana.
- HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (1992): *Ética para periodistas*. Bogotá, Tercer Mundo Editores.
- HERRERA DAMAS, Susana (2005): "Retrato de diez rasgos de los observatorios de medios en América Latina", en *Sala de Prensa*, núm. 84, Año VII, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art638.htm#18>, consulta: 9-2-08.
- LARREA BENALCÁZAR, Lincoln (1986): "Los códigos de ética en América Latina", en *Chasqui* N°. 18 (abril 1986), pp. 8-18. Quito, CIESPAL.
- LEAUTÉ, Jacques (1966): *Ética y responsabilidad del periodista*. Quito, CIESPAL.
- LÓPEZ FORERO, Luis y GONZÁLEZ ÁLVAREZ, Luis José (1990): *Ética, comunicación y códigos del periodismo*. Bogotá, Editorial El Búho.
- LÓPEZ TALAVERA, María del Mar (1998): *Fundamentos éticos de la prensa en América Latina* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- MAC HALE, Tomás (1988): *Libertad de expresión, ética periodística y desinformación*. Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- MANDUJANO, Isáin (2003): "La ética periodística en América Latina", en *Sala de Prensa*, Año V, Vol. 2, (agosto 2003), www.saladeprensa.org/art478.htm, consulta: 21-4-08.
- MAYES, Ian (2006): "La ética de la democracia desde la responsabilidad social de los medios", en A. C. S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social: *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, Calandria y VCMS, (pp. 25-26)
- NÚÑEZ ENCABO, Manuel (1995): "España: entre la ética y el derecho. Latinoamérica: entre el desarrollo integrado y el colonialismo", en *Revista de Ciencias de la Información*, Número Extraordinario 1995, Segunda Época.
- OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA (2007): <http://www.observatoriodaimprensa.blig.ig.com.br/>, consulta: 17-11-2007.
- RESTREPO, Javier Darío (2006): "¿Qué esperar de la autorregulación?" en Asoc. de Comunicadores Sociales Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social: *Autorregulación ya: búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, CS Calandria/VCCS. (pp. 30-38)
- (1988): "El código de ética y responsabilidad. El retrato del periodista ideal", en *Gaceta* (revista del Círculo de Periodistas de Bogotá), Año XI, N°. 49 (oct-nov. 88), pp. 5-6.
- REY, Germán (1997) "Política y medios de comunicación. Ordenamientos regulatorios y libertades civiles", en Friedrich Ebert Stiftung: *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación.
- (2003a) "El Defensor del Lector: un oficio en construcción", en *Sala de Prensa*, N°. 53, Año V, Vol. 2, <http://www.saladeprensa.org/art426.htm>, consulta: 15-11-07.
- (2003b) "Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina", en la página web de Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, www.veeduria.org.pe/rey.htm. Consulta: 9-2-08.
- (2006) "Autorregulación y sociedad en América Latina". *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS.
- TAUFIC, Camilo (2005): *La autorregulación del periodismo. Manual de ética periodística comparada*. Santiago de Chile, Observatorio de Medios Fucatel. Disponible en: <http://www.observatoriodafucatel.cl/files/investigaciones/Camilo+Taufic.pdf>.

- THE FREEDOM FORUM (1998): *Ética y prensa foro de medios latinoamericanos*. Arlington, The Freedom Forum.
- TRAVERSEDO DE CASTILLA, Concepción (2007): "Observatorios de medios" en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- TROTTI, Ricardo E. (1993): *Dolorosa libertad de prensa: en busca de la ética perdida*. Buenos Aires, Atlántida.
- UCM/Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (1998): Conclusiones del seminario "Periodismo, ética y democracia", realizado en Isla Margarita (Venezuela), el 5 y 6 de noviembre de 1997, en *Chasqui*, N°. 61, marzo 1998.
- URIBE ORTEGA, Hernán (1984): *Ética Periodística en América Latina. Deontología y Estatuto Profesional*. México D.F., UNAM.
- (1989): "Latin America / FELAP", en Nordenstreng y Topuz (eds.), *Journalists: Status, Rights and Responsibilities*. Praga, International Organization of Journalists. (pp. 225-237)
- VELÁZQUEZ, Luis (1999): "Cien puntos para un código de ética periodística. Principios generales para normar la vida pública de periodistas y medios informativos", en *Revista Mexicana de Comunicación*, N°. 59. México D.F., ECO Información SC.
- VIRTUE, John (1998): "Problemas éticos en América Latina", en *Chasqui*, N°. 61, marzo 1998. Quito, CIESPAL.
- ZETA DE POZO, Rosa y HERRERA DAMAS, Susana (2005): "Situación del ombudsman en Latinoamérica", en *Sala de Prensa*, N°. 76, Año VI, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art587.htm>, consulta: 5-2-08.

7. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE PERÚ.

- ALFARO, Rosa María y CASTAÑEDA, Marisol (2006): "Hallazgos y reflexiones en búsqueda de una ética comunicativa. Códigos de ética participativos", en Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*, Lima, Calandria/VCCS.
- A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social (2006): *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, Calandria/VCCS.
- CHECA GODOY, Antonio (1993): capítulos "La prensa peruana durante el proceso de Independencia, 1810-1825" (pp. 36-38), "La prensa peruana: de la independencia a la revolución civilista, 1825-1895" (pp. 131-135), "Perú y su prensa. De Piérola a Leguía: 1895-1930" (pp. 253-257), "Perú entre el APRA y los militares: 1930-1968" (pp. 355-357), "Perú, 1968-1980" (pp. 474-482) y "Después de los militares. El periodismo hoy en Argentina, Brasil, Chile y Perú" (p. 493), en *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Sevilla, Alfar.
- ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUSATE Y MEZA (1993): *Ética periodística*, Cuadernos Periodismo no. 1, Lima, E.P. Jaime Bausate y Meza.
- GARGUREVICH REGAL, Juan (1972): *Mito y verdad de los diarios de Lima*. Lima, Editorial Gráfica Labor.
- (1991) *Historia de la prensa peruana (1594-1990)*. Lima, La Voz Ediciones.
- (2007) "Informe sobre los medios de comunicación en el Perú", en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- GILBERT, Dennis (1977): *Society, Politics and the Press: An interpretation of the Peruvian Press Reform of 1974*. Documento presentado en la Convención Nacional de Estudios Latinoamericanos (Houston, 2-5 noviembre de 1977).
- GUASCH BORRAT, Juan María (1990): "La prensa en Iberoamérica", en Pièrre Albert, *Historia de la prensa*. Madrid, Rialp.

- HEROS, Alfonso de los (2006): "El Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana", en A.C.S. Calandria/Veeduría Ciudadana de la C.S.: *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS. (pp. 95-98)
- LLANOS HORNA, Segundo (2006): *Trujillo y el Periodismo*. Trujillo (Perú), Universidad César Vallejo-Editorial Vallejana.
- MIRÓ QUESADA, Alejandro (1991): *El periodismo*. Lima, Servicios Especiales de Edición.
- ORTEGA, Carlos y ROMERO, Carlos (1976): *Las políticas de comunicación en el Perú*. París, UNESCO.
- MIRÓ QUESADA LAOS, Carlos (1957): *Historia del periodismo peruano*. Lima, Librería Internacional del Perú, S.A.
- PASCO COSMÓPOLIS, Mario (2007): "¿Es útil un Tribunal de Ética para la Prensa?", en boletín digital del Consejo de la Prensa Peruana, <http://www.consejoprensaperuana.org.pe/>, consulta: 30-6-07.
- REQUEJO RODRÍGUEZ, Juan Vicente (1986): *El periodismo en el Perú*. Lima, Centro de Documentación e Información Andina.
- (1986) "La ética periodística en el Perú", *Chasqui*, N°. 18 (abril-junio 86). Quito, CIESPAL (pp. 38-42).
- RÍOS VICENTE, Enrique (1994): "El periodismo en Iberoamérica" en PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la prensa*. Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces. (pp. 467-512)
- ROMERO UMLAUFF, Gustavo (2000): "Autocontrol de la información" en A. Cacua y F. Priess (2000): *Ética y responsabilidad. Reflexiones para periodistas*. Bogotá/Buenos Aires, OAPI/Konrad Adenauer Stiftung. (pp. 143-153)
- SANTILLÁN, Lorenzo A. (2003): "Ética y medios de comunicación", en *Contacto Directo*, N°. 3, Año 3, sept 03. Trujillo, Huellas Ediciones/Universidad Privada Antenor Orrego.
- VAN EEUWEN, Daniel (1979): "La revolution peruvienne et les mass média (1968-1978)" en Groupe de recherche sur l'Amérique Latine/Université de Toulouse-Le Mirail. Centre Interdisciplinaire d'Études Latino-Américaines: *Communications de masse en Amérique Latine*. París, CNRS.
- VÁSQUEZ, Aldo (2002): *El Defensor del Público. Un ombudsman en materia de comunicación social*. Lima, Universidad San Martín de Porres.
- VEEDURÍA CIUDADANA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: Sección "Campañas. Balanza mediática que va y viene": <http://www.veeduria.org.pe/campanas.htm>. Consulta: 9-2-08.
- ZETA DE POZO, Rosa (2005): "Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos", en *Sala de Prensa*, núm. 76, Año VI, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art592.htm>, consulta: 5-2-2008.

8. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE ECUADOR.

- AGUILAR A., Eugenio (1983): "1968-1983: quince años de periodismo", en *Revista Diners*, No. 21, nov. 1983. Quito, Diners Club del Ecuador.
- AGUIRRE CHARVET, Jorge (2006): Presentación del libro de Milton Salvador (2006): *Periodistas sin título*, Quito, Soboc Grafic.
- ÁLAVA, Milton (2006): "La UNP elaboró el proyecto de Ley", en Milton Salvador (2006): *Periodistas sin título*, Quito, Soboc Grafic.
- ALBUJA GALINDO, Alfredo (1979): *El periodismo en la dialéctica política ecuatoriana*. Quito, Talleres Gráficos Minerva.
- BARREDA, Isaac J. (1955): *La prensa en el Ecuador*. Quito, Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- BEDOYA, Jaime (1980): *Preceptiva general del comunicador*. Quito, Universidad Central del Ecuador, Escuela de Ciencias de la Información.

- CERIOLA, Juan Bautista (1909): *Compendio de la historia del periodismo en el Ecuador*. Quito, Biblioteca Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- CHECA GODOY, A. (1993): “El periodismo ecuatoriano en el XIX”, “El Ecuador liberal, 1895-1934”, “La prensa ecuatoriana en la era de Velasco Ibarra”, en *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar.
- DESTRUGE, Camilo (1982): *Historia de la prensa de Guayaquil*. Quito. Corporación Editora Nacional.
- GARCÉS, Fabián (1993): *Ética en la Comunicación*. Quito, Cronos, Comunicación para el desarrollo. (1995): “¿Exigir ética solo al periodista?”, en *Chasqui*, N°. 50, enero 1995. Quito, CIESPAL.
- GÓMEZ ITURRALDE, José Antonio (1998): *Los periódicos guayaquileños en la historia, 1821-1997*. Guayaquil, Archivo Histórico del Guayas.
- HALLO, Wilson (1992): *Síntesis histórica de la comunicación y el periodismo en el Ecuador*. Quito, Fundación Hallo.
- JARAMILLO, Édgar (2007): “Informe sobre los medios en Ecuador”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- LARREA BENALCÁZAR, Lincoln (1983): *Ética y colegiación del periodista*. Quito, Colegio de Periodistas de Pichincha.
- MALDONADO S., Alberto (1983): “Deontología Profesional. Código de ética del periodismo ecuatoriano” en *Comunicación o Incomunicación* (1983). Quito, Ediciones Índice.
- MANCHENO, Carlos V. (1992): “El periodismo en Chimborazo” en Carlos Freire (ed.): *Riobamba en el siglo XX*. Riobamba (Ecuador), Editorial Pedagógica Freire (pp. 244-269).
- MORENO MENDOZA, Cecilio (2003): *Informe Anual 2003. Libertad de Expresión en Ecuador*, en Instituto Prensa y Sociedad, http://www.ipys.org/info_ecuador.shtml, consulta: 23-3-08.
- OQUENDO, Diego (1987): *Alegato por la Prensa y sus Libertades*. Quito, El Conejo.
- PAZ Y MIÑO, Juan J. (1986): “Derecho de libre expresión y Código de Ética en Ecuador”, en *Chasqui*, N°. 18 (abril-junio 86). Quito, CIESPAL (pp. 43-53).
- RICAUARTE, César (2007): “Ciudadanos y medios, la observación y vigilancia es un camino”, en diario *El Universo* de 22 de julio de 2007: www.eluniverso.com.
- RUIZ, Fernando Javier (2004): “Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina. Las peores zonas para ejercer el periodismo en América Latina 2004”, en Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina/Universidad Austral, http://www.cadal.org/informes/nota.asp?id_nota=1452, consulta: 23-3-08.
- (2007) “Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina. Primer Semestre 2007”, en Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina/Universidad Austral, http://www.cadal.org/informes/nota.asp?id_nota=2030, consulta: 23-3-08.
- SALVADOR GARCÍA, Milton (2004): *Comunicación Social. Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética*. Quito, Editorial Quipus-CIESPAL.
- (2006) *Periodistas sin título*. Quito, Soboc Grafic.
- SANTILLÁN, Rodrigo (s/f): *Código de Ética del Periodista*. Quito, Ediciones Culturales UNP S.A.
- VILLARRUEL, Marco (1993): “Períodos y características de la historia del periodismo ecuatoriano”, en *Universidad*, N°. 5, jul. 93. Ibarra (Ecuador), Universidad Técnica del Norte.
- YÁNEZ, Carlos Iván (2000): “Si vigilan, lo hacen con cautela”, en *Sala de Prensa* (abril 2000), N. 18, Año III, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art120.htm. Consulta: 23-3-08.

9. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE COLOMBIA.

- AFACOM/FELAFACS (1990): *La responsabilidad del comunicador social frente a la realidad del país*. Memorias del Seminario Nacional de Ética. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.

- AYALA OSORIO, Germán (2006): “El periodismo en Colombia: una historia de compromisos con poderes tradicionales”, en *Interacción. Revista de Comunicación Educativa*, No. 44, mayo 2006.
- CACUA PRADA, Antonio (1968): *Historia del periodismo colombiano*. Bogotá, Fondo Rotatorio Policía Nacional.
- (1991) *Orígenes del periodismo colombiano: doscientos años*. Bogotá, Nelly.
- CÍRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ (1988): “Proyecto de Código de Ética”, en *Gaceta*, N°. 49, Año XI, oct-nov 88, Bogotá.
- CHECA GODOY, A. (1993): “El periodismo en Nueva Granada: 1810-1863”, “La prensa colombiana hasta la independencia de Panamá: 1863-1903”, “Colombia, de la escisión panameña al ‘bogotazo’”, “La prensa diaria colombiana del último medio siglo”, en *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar.
- FONNEGRA, Gabriel (1984): *La prensa en Colombia: ¿cómo informa? ¿de quién es? ¿a quién le sirve?*. Bogotá, El Áncora.
- GACETA (Revista del Círculo de Periodistas de Bogotá) (1988): “Equilibrio, Libertad y Responsabilidad” (Editorial), no. 49, Año XI, oct-nov 88, Bogotá.
- GROUPE de recherche sur l’Amérique Latine/Université de Toulouse-Le Mirail. Centre Interdisciplinaire d’Études Latino-Américaines (1979): *Communications de masse en Amérique Latine*. Paris, CNRS.
- IRIARTE, Fernando (1987): *El periodista en Colombia: derechos y responsabilidades*. Bogotá, Arrayán.
- LOPERA LOPERA, Alfonso (1988): “El ámbito de la Ética”, en *Gaceta*, N°. 49, Año XI, oct-nov 1988. Bogotá, Círculo de Periodistas de Bogotá.
- (1990): *Ética del periodismo y la comunicación*. Colombia, Universidad de Antioquia.
- LÓPEZ DE LA ROCHE, Fabio (2004): “Los medios como instrumento de control social de la población”, en *Repensando el periodismo en Colombia* (2004). Bogotá: Fundación Gilberto Alzate Avendaño/Círculo de Periodistas de Bogotá.
- NIETO DE PONCE DE LEÓN, Clara (1988): “Código de Ética: ¿Para qué sirve?”, en *Gaceta*, N°. 49, Año XI, oct-nov 1988, Bogotá, Círculo de Periodistas de Bogotá.
- ORTIZ LEIVA, Germán (2002): “La libertad de informar en Colombia: entre la censura y la autorregulación”, en *Sala de Prensa*, N°. 42 (abril 2002), Año IV, Vol. 2 www.saladeprensa.org/art335.htm, consulta: 21-4-08.
- PÉREZ MONTOYA, Gabriel Jaime (1986): “Hacia una ética de la comunicación social”, *Signo y Pensamiento*, N°. 8, Vol. 10, primer semestre de 1986, Facultad de Comunicación social de la Universidad Javeriana de Bogotá (pp. 89-117).
- (1998): “Hacia un periodismo socialmente responsable”, en *Signo y Pensamiento*, N°. 32, pp. 91-98, en la dirección: <http://www.javeriana.edu.co/signoy/pdf/3207.pdf>, consulta: 21-10-07.
- RESTREPO, Javier Darío (1998): “Ética y técnica, como el zumbido y el moscardón”, en *Chasqui*, N°. 63, sept. 1998. Quito, CIESPAL.
- (1988): “El retrato del periodista ideal: el Código de Ética y Responsabilidad”, en *Gaceta*, N°. 49, Año XI, oct-nov 1988, Bogotá, Círculo de Periodistas de Bogotá.
- REY, Germán Germán Rey (1998): “Nuevos contextos para un derecho en cambio”, en *Chasqui*, N°. 61 (marzo 1998), Quito, CIESPAL (pp. 42-46).
- (2006) “La figura del defensor del lector del diario EL TIEMPO”, en AC.S. Calandria/VCCS: *Autorregulación ya: Búsquedas éticas desde los medios de comunicación*. Lima, ACS Calandria/VCCS.
- (2007) “Informe sobre los medios en Colombia”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.

- TENORIO, Julián (1997): “Televidentes asociados para la acción comunicativa; para una comunicación alternativa”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de regulación de los medios de comunicación. Experiencias latinoamericanas*. Quito, Papim C.A.
- VELÁSQUEZ, César y CADAVID, Humberto (2002): “El defensor del público: una figura por descubrir”, en *Palabra-Clave*, N°. 6 (julio 2002). Bogotá, Universidad de La Sabana.
- VELÁZQUEZ BETANCUR, José Alberto (1999): “¿Es posible la autorregulación periodística?”, en *Comunicación*, N°. 21. Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana.
- VIEIRA, Constanza (2007): “Se unen periodistas colombianos”, artículo publicado en la web del Partido Comunista de Colombia el 28-5-07 en: http://www.pacocol.org/es/Inicio/Archivo_de_noticias/Mayo07/28.htm consulta: 21-4-08.

10. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE VENEZUELA.

- ARAUJO, Orlando (1974): “La industrialización de Venezuela”, en VV.AA. *Venezuela, crecimiento sin desarrollo*. México: Editorial Nuestro Tiempo/Universidad Central de Venezuela.
- BENEZRA, Jorge Luis (2007): “La libertad de expresión en Venezuela”, en *Sala de Prensa*, N°. 102, jun. 2007, <http://www.saladeprensa.org/art725.htm>, consulta 5-2-08.
- BISBAL, Marcelino (1983): “Los periodistas y sus gremios: en perspectiva latinoamericana”, en *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, N°. 43. Caracas, Fundación Centro Gumilla.
- (2007): “Informe por países: Venezuela”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- CAÑIZÁLEZ, Andrés (1999): “Ley mordaza en Venezuela”, en *Chasqui*, N°. 83, <http://www.comunica.org/chasqui/83/canizalez83.htm>, consulta: 15-5-08.
- (2007): “Palabra enjuiciada”, en *Infocracia*, sitio web del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (Caracas), en http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/Infocracia_CIC/recursos/palabra_enjuiciada.pdf, consulta 17-1-08.
- (2007): “Balance 2007”, en *Infocracia*, www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/index.php?load=infocracia_balance_2007.htm&seccion=2550, consulta: 17-1-08.
- CHECA GODOY, A. (1993): “La prensa en Venezuela de la independencia a las guerras federales, 1811-1859”, “La prensa venezolana a finales del XIX”, “La Venezuela de las dictaduras: Castro, Gómez y Pérez Jiménez, 1899-1958”, “La prensa diaria colombiana del último medio siglo”, “La Venezuela democrática y sus periódicos, 1958-1992”, en *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar.
- COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS (1984): “Código de Ética del Periodista Venezolano”. Caracas, Oficina Central de Información, Colección Comunicación y Mensaje N°. 2.
- CUENCA DE HERRERA, Gloria (1995): *Ética para periodistas: un estudio crítico de los principales problemas que afectan el ejercicio del profesional del periodismo en el campo jurídico – moral* (2ª ed. actualizada y ampliada). Caracas, Kinesis.
- (1998) “Retos y exigencias del periodista venezolano (¿latinoamericano?) ante el siglo XXI”, ponencia presentada en las Jornadas de Reflexión Ética del Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela, en Acarigua (mayo 1998). Caracas, Colegio Nacional de Periodistas.
- (2006) “Palabras de homenaje con los periodistas perseguidos y hostigados”, discurso pronunciado en un acto por el día de los periodistas en Caracas, 30-11-06, inédito.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar (coord.) (1988): *40 años de Comunicación Social en Venezuela 1946-1986*. Caracas, Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.
- (1996) “El poder de los medios y el ombudsman”, en *Chasqui*, N°. 54, jun. 1996, Quito, CIESPAL.

- DRAGNIC, Olga (2005): “Una aproximación al papel de los observatorios de medios en un sistema democrático”, conferencia presentada al Primer Simposio “Comunicación para el Siglo XXI / Observando a los Medios”, en la Universidad Santiago de Cali, Colombia, 13-14 de octubre de 2005: <http://www.observatoriodemedios.org.ve/documentos/aprox.asp>, consulta 13-4-08.
- GARCÍA PONCE, Servando (1961): *Apuntes sobre la libertad de prensa en Venezuela*. Caracas, Universidad Central de Venezuela.
- (1975): *La imprenta en la historia de Venezuela*. Caracas, Monte Ávila.
- GUERRERO, Thais (1999): “La experiencia ganada en las máquinas de escribir”, en *El ucabista*, periódico institucional de la Universidad Católica Andrés Bello (abril 1999): <http://www.ucab.edu.ve/prensa/ucabista/abr99/p03.htm>, consulta 1-4-08.
- HERRERA, Bernardino (2004): “Las leyes de medios: búsqueda de otros paradigmas”, del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, en http://www.ecs.human.ucv.ve/Profesores/Bherrerapub_art/Leyesdemediosbusquedadeotrosparadigmas.htm#_ftn1. Consulta: 9-4-08.
- LAURÍA, Carlos (2005): “Informe 2004 del CPJ: Embestidas contra la prensa latinoamericana”, en *Sala de Prensa*, N°. 79 (mayo 2005), Año VII, Vol. 3, <http://www.saladeprensa.org/art609.htm>, consulta: 11-4-08.
- MOLINA, Manuel Isidro (1980): “Nacimiento y desarrollo del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa” (trabajo de grado de Licenciatura), publicado en <http://www.sntp.org.ve/historia.htm>, consulta: 15-4-08.
- (2007) “Capturar o dividir al CNP”, en Semanario *La Razón*, http://www.soberania.org/Articulos/articulo_3346.htm, y en “El colapso de la CNP y su reconstrucción”, en <http://www.sntp.org.ve/feb172008.asp>, consulta: 9-4-08.
- MORALES, Elda y PARRA, Luz Neira (2005): “Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación profesional del comunicador. Venezuela: La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión”, *Espacio Abierto*, Vol. 14, N°. 3 (jul.sept 2005). Maracaibo, Universidad del Zulia.
- OBSERVATORIO GLOBAL DE MEDIOS (2005): *Observatorio de medios Venezuela informa: Boletín Informativo del OGM-Capítulo Venezuela*, 2005, N°. 1, Año 1.
- ORDÓÑEZ, Rosana (1994): *Códigos de ética de Venezuela*. Caracas, Colegio de Periodistas de Venezuela.
- O’SULLIVAN RYAN, Jeremiah (1992): “Ética de la responsabilidad de la comunicación masiva” en *Temas de Comunicación*, N°. 3, dic 1992. Caracas, Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.
- PASQUALI, Antonio (1991): *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Caracas, Monte Ávila.

11. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE CHILE.

- ARRIAGADA CARDINI, Eduardo (1991): “La alternativa del Ombudsman” en *Cuadernos de Información*, N°. 7/1991. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- (2007) “Informe sobre los medios de comunicación en Chile”, en Bernardo Díaz Nosty (dir.): *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. Tendencias 2007*. Madrid/Barcelona, Fundación Telefónica/Ariel.
- BALTRA MONTANER, Lidia (2001): “La ética periodística, la publicidad personalizada y las nuevas tecnologías de la información”, en *Sala de Prensa*, N°. 38 (dic 2001), Año III, Vol. 2, www.saladeprensa.org/art301.htm, consulta: 21-4-08.
- BERSEZIO, C. y MANOSALVA, F. (2006): “Sistemas de autorregulación ética y propuesta aplicable a las radioemisoras chilenas” [tesis de licenciatura], Universidad Santo Tomás (Chile), inédita, p. 27.

- CHECA GODOY, A. (1993): “La prensa en el Chile parlamentarista: 1891-1925”, “Chile a mediados del siglo XX”, “Chile: de la unidad popular a la dictadura, 1970-1975”, “Después de los militares. El periodismo hoy en Argentina, Brasil, Chile y Perú”, en *Historia de la prensa en Iberoamérica*. Sevilla, Alfar.
- COLEGIO DE PERIODISTAS DE CHILE (1992): “Informe de la Comisión Verdad y Periodismo: 1960-1990”, disponible en: http://www.colegiodeperiodistas.cl/documentos/informe_verdad_y_periodismo_1960_1990.doc. Consulta: 2-7-07.
- CONSULTORIO DE ÉTICA DE LA UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES, en <http://www.udp.cl/comunicacion/periodismo/consultorioetica/temas/autorregulacion.htm>, consulta: 25-4-08.
- FILIPPI MURATO, Emilio (1991): *La profesión de periodista (una visión ética)*. Santiago, Atena.
- FONTAINE ALDUNATE, Arturo (2005): “Ideas sobre Ética de la Información”, en *Información Pública*, Vol. III, No. 1 (junio 2005), Santiago de Chile, Universidad Santo Tomás.
- GRONEMEYER, María Elena (1999): “¿Quién cree a los periodistas?”, en *Cuadernos de Información*, N°. 13/1999. Santiago de Chile, Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- GUASCH BORRAT, Juan María (1990): “La prensa en Iberoamérica”, en Pierre Albert, *Historia de la prensa*. Madrid, Rialp.
- HUMAN RIGHTS WATCH (1998): *Los límites de la tolerancia. Libertad de expresión y debate público en Chile*. Santiago de Chile, Lom Ediciones.
- JAEGER, Pablo (1997): “Publicidad y ética. La experiencia del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria -CONAR- de Chile”, en Friedrich Ebert Stiftung (1997): *Mecanismos de regulación de los medios de comunicación. Experiencias latinoamericanas*. Quito, Papim C.A.
- KUNCAR, C. y CÚNEO, A. (s/f) en *El consejo de Medios y Ejercicio Periodístico: una propuesta novedosa*, Tesis de Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Diego Portales (inérita).
- LECAROS, María José (1984): “Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins”, en *Cuadernos de Información*, N°. 1. Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile.
(1989) *Ética Periodística*. Santiago, Editorial Pontificia Universidad Católica de Chile.
(1991) ¿Quién controla la ética periodística?, en *Cuadernos de Información*, N°. 7, pp. 67-83.
- MAC HALE, Tomás (ed.) (1988): *Libertad de expresión, ética periodística y desinformación*. Santiago: Centro de Estudios de la Prensa. Facultad de Letras. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- PLANET, Mario (1981): “La formación de los periodistas en Chile”, en M. Planet y AAVV.: *La formación de los periodistas en América Latina*, México D.F., Editorial Nueva Imagen.
- PORTALES, Pablo y QUEZADA, Fabián (1986): “La Ética Periodística está relegada en Chile”, en *Chasqui*, N°18 (abril-junio 1986), Quito, CIESPAL (pp. 48-53).
- POZO, Hernán (1997): “La regulación de la televisión en Chile”, en Friedrich Ebert Stiftung: *Mecanismos de Regulación de los Medios de Comunicación. Experiencias Latinoamericanas*. Quito, Proyecto Latinoamericano para medios de comunicación.
- PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE.
http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/07/09_eaariagada.pdf, consulta: 27-4-08.
- SILVA CASTRO, Raúl (1958): *Prensa y periodismo en Chile (1812-1956)*. Santiago de Chile, Universidad.
- SUNKEL, Guillermo (1994): “La prensa en la transición chilena”, en Carlos Filgueira y Dieter Nohlen (comp.): *Prensa y transición democrática. Experiencias recientes en Europa y América Latina*. Frankfurt am Main/Madrid: Vervuert/Iberoamericana.
- URIBE ORTEGA, Hernán (1999): *La invisible mordaza. El mercado contra la prensa*. Santiago de Chile, Editorial Cuarto Propio.

URZÚA ARACENA, Mario (2005): *Periodismo y Ética: Temas actuales*. Santiago, Centro de Estudios Bicentenario/Universidad Católica de la Santísima Concepción.

YÁÑEZ ROJAS, Eugenio (2007): *Medios de Comunicación Social y Periodismo. Una aproximación desde la ética*. Santiago, Centro de Estudios Bicentenario/Universidad Adolfo Ibáñez.

12. BIBLIOGRAFÍA SOBRE LA ENSEÑANZA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA.

AGUIRRE, Marisa (1988): *El deber de formación en el informador*. Pamplona, Eunsa.

BALDIVIA URDININCA, José (1981): *La formación de los periodistas en América Latina (México, Chile y Costa Rica)*. México, Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo.

CHRISTIANS, Clifford G. y COVERT, Catherine L. (1977) "Fifty years of scholarship in the media ethics", en *Journal of Communications*, N^o. 27, no. 4, autumm, 1977 (pp. 19-29).

(1980) *Teaching Ethics in Journalism Education*. New Cork, Hastfings-on-Houston, The Hastings Center.

(1995) *Review Essay: Current Trends in Media Ethics*. En: *European Journal of Communication*, Volume 10, Number 4, December 1995. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, SAGE. (pp. 545-558)

CIESPAL (1965): *Enseñanza del periodismo y medios de información colectiva: información final: seminarios regionales en América Latina*: Medellín, México, Buenos Aires, Río de Janeiro. Quito, CIESPAL.

(1968) *Las escuelas de periodismo en América Latina: informes y conclusiones del seminario del IV curso internacional de perfeccionamiento de periodismo*, sept-oct 1963. Quito, CIESPAL.

CUENCA DE HERRERA, Gloria (1996): "La enseñanza de la ética profesional en las escuelas de comunicación social en Venezuela", ponencia presentada en el Congreso Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación y el Periodismo. Buenos Aires.

(s/f) Diez años de escuelas de comunicación social en el país, en *Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, N^o. 51-52. Caracas, Centro Gumilla. (pp. 70-77)

DAVARA RODRÍGUEZ, Francisco Javier (1991): "Profesionales de la Comunicación", en Ángel Benito (1991): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.

DÍAZ DEL CAMPO LOZANO, Jesús (2004): *La enseñanza de la ética periodística en la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita.

FAPE (2006): "La enseñanza de la ética y de la deontología del periodismo en las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación/Periodismo". Asamblea General de la FAPE, Burgos (España), 1-4-06. Disponible en: <http://www.fape.es/images/descargas/Etica.pdf>, consulta 24-5-08.

FELAFACS (1981): *Estatutos*. Bogotá.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1989): "El estudio de la comunicación en las universidades latinoamericanas", en *Telos*, No. 19, sept-nov. 1989, Madrid.

GARCÍA POSADA, Juan José y LOTERO OROZCO, Gildardo (1990): "La formación ética del periodista universitario", en *Comunicación U.P.B.*, N^o. 13, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana (pp. 93-98).

GARGUREVICH REGAL, Juan (2001): "Qué periodismo y cómo enseñarlo: una reflexión urgente", en *Sala de Prensa* (abril 2001), N^o. 30, Año III, Vol. 2, en www.saladeprensa.org/art214, 1-2-08.

IAMCR/AIERI Professional Education Section (1992): *Teaching Communication Ethics: Problems of Curricula*. Sao Paulo, AIERI.

ISMACH, Arnold (1999) "Écoles de journalisme et déontologie aux États-Unis", en Claude-Jean Bertrand: *L'arsenal de la démocratie. Médias, déontologie et M*A*R*S*. Paris, Ed. Economica.

- LAMBETH, Edmund; CHRISTIANS, C. y COLE, K. (1994): "Role of the Media Ethics Course in the Education of Journalists". *Journalism Educator*. Vol. 49, Nº 3 (pp. 20-26).
- PLANET, Mario (1981): *La formación de los periodistas en América Latina*. México D.F., Editorial Nueva Imagen.
- REAL RODRÍGUEZ, Elena (2003): *Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita, apartado 7.2.7. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t27334.PDF>, consulta: 1-4-08.
- RÍOS VICENTE, Enrique (1994): "El periodismo en Iberoamérica", en PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la Prensa*. Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- ROJAS, Álvaro y RONDEROS, Luis F. (2005): *Excelencia académica y acreditación en las escuelas de comunicación de América Latina*. Cali, FELAFACS (pp- 55-56).
- STEINOU MADRID, Javier (2003): "El desarrollo de la ciencia de la comunicación en América Latina: el caso del Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL)-1959-1984", en Artigos/Artículos, Vol. 4, Nº.3 (abril-junio 2003), en <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista15/artigos%2015-2.htm>, consulta: 1-2-08.
- SURLIN, Stuart H. (1987): "Value System Changes by Students As Result of Media Ethics Course", en *Journalism Quarterly*, vol. 64, Nº. 2-3 (pp. 564-568, 676).
- SÁNCHEZ, J. (1991): "Escuelas de Comunicación Social, ¿para qué? 10 años de FELAFACS", *Diálogos*. Nº. 31, 9-14.
- NAHÓN SERFATY, Isaac (1995): "La Formación del Comunicador Social: entre la técnica y la ética", en *Temas de Comunicación*, Nº. 7, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello.
- VIDELA RODRÍGUEZ, José Juan (2002): *La formación de los periodistas en España: perspectiva histórica y propuestas de futuro* [Tesis Doctoral]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, inédita. Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t25979.pdf>, consulta: 1-4-08.
- ZETA DE POZO, Rosa (2002): "Nuevos desafíos y desafíos de siempre en la formación de comunicadores", ponencia presentada en el Encuentro de Facultades de Comunicación de la Región Andina, Colombia, 31 oct-2 nov 2001, en la revista PCLA, vol. 3, Nº. 4 (jul-sep 2002). Disponible en: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista12/documentos%2012-2.htm>. Consulta: 24-5-08.

13. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

- SIERRA BRAVO, Restituto (2002): *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid, Thomson
- DESANTES GUANTER, José M^a. y LÓPEZ YÉPEZ, José (1996): *Teoría y técnica de la investigación científica*. Madrid: Síntesis.
- BOUDON, R. y otros (2002): *Metodología de las ciencias sociales. Vol. 1: Conceptos e índices*. Barcelona, Ed. Laia.

APÉNDICE DOCUMENTAL 1
Códigos Éticos

I.1. CÓDIGOS NO VIGENTES DE PERÚ

I.1.1. Código de Honor del Periodista de la Federación de Periodistas del Perú (1950)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Código de Honor del Periodista
Entidad de origen	Federación de Periodistas del Perú
Fecha y forma de aprobación	1950, Lima, I Congreso Nacional de Periodistas Peruanos. Procede de la Federación de Periodistas del Perú, según información proporcionada por el Pfr. Amador Navarrete, ex dirigente de la Federación.
Fuente	Porfirio Barroso (1984): <i>Códigos deontológicos de los medios de comunicación</i> . Madrid, E. Paulinas/Verbo Divino, pp. 141-142; María del Mar López (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [Tesis doctoral], Universidad Complutense de Madrid, pp. 373-374.

CÓDIGO DE HONOR DEL PERIODISTA.

1. Es misión esencial del periodista trabajar por el bien de su patria y de la humanidad. **(4C)**
2. Para cumplir tan elevados propósitos ceñirá su conducta a la práctica constante de las normas éticas y se esforzará por dignificar su profesión. **(2C)**
3. En sus tareas buscará siempre la expresión de la verdad, sabiendo que cuanto se escriba se proyecta sobre la misma sociedad, para bien o para mal de ella. **(3A, 3D, 4C)**
4. Al realizar su función será escrupuloso, y jamás recurrirá a procedimientos deshonestos.
5. El periodista asume la responsabilidad de sus escritos, de sus palabras y de todas las formas de expresión que emplea para llevar a conocimiento del público noticias, informaciones, artículos o cualquier forma de propaganda.
6. El periodista no debe publicar ninguna información cuya falsedad conozca. **(3A)**
7. Al formular juicios sobre personas, el periodista no debe calumniar ni hacer acusaciones sin pruebas. **(4D)**
8. El periodista debe abstenerse del plagio: cuando se refiera a cualquier escrito, ya sea al pie de la letra o en su espíritu, debe indicar que se trata de una cita.
9. El periodista profesional no debe convertirse en un agente de gobierno, ni de persona alguna, ni de intereses privados, ni aceptar la función de censor. **(2C)**
10. El periodista debe guardar reserva de los secretos que se refieran a la defensa nacional y de las cuestiones privadas de la empresa o entidad donde preste sus servicios. **(4D)**
11. El periodista no debe perjudicar a sus colegas con una desleal competencia profesional ni económica ni moral. Debe observar las normas de solidaridad profesional.
12. El periodista, en el caso de errores o de informaciones que ulteriormente se compruebe que no expresan la verdad, deberá rectificarlas hidalgamente. **(5B, 5C)**
13. El periodista será defensor celoso de su dignidad, de sus derechos y de la reputación y del derecho de los demás. **(2C)**
14. El periodista se abstendrá de hacer elogios a la violencia y de producir incitaciones a la misma.
15. El periodista debe abstenerse de estimular los vicios, el crimen y todas las manifestaciones morbosas de la sociedad. **(4C)**

16. El periodista debe tener en cuenta que su función básica tiende a estos fines: informar, educar y orientar, utilizando o no la crítica con elevación de propósitos, amor a la verdad y a la justicia. (1A, 3A, 4C)
17. El periodista, para informar o propagar noticias, acudirá a las mismas fuentes de información y consultará los documentos probatorios de la verdad. En lo objetivo buscará los hechos mismos; en lo subjetivo se sujetará a las normas de la ética profesional. (2A, 3A)
18. El periodista profesional rechazará la conducta indecorosa de las personas que pretenden o pretendan explotar indebidamente el nombre de periodistas para realizar engaños o extorsiones; no aceptará el soborno ni los obsequios que impliquen tácitamente un compromiso inconfesable. (2C, 2E)
19. El periodista profesional, en todo momento, se esforzará por robustecer la conciencia colectiva del gremio al que pertenece, para que sean realidad estos postulados: “Libertad para la verdad, responsabilidad en la expresión y decorosa condición económica para el periodista”. (2A, 2C, 3A)

I.1.2. Código de Ética Profesional del Colegio de Periodistas del Perú (1982)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Código de Ética Profesional
Entidad de origen	Colegio de Periodistas del Perú
Fecha y forma de aprobación	22 de septiembre de 1982, por Decreto Supremo N° 006-82, que aprobaba los Estatutos y el Código de Ética Profesional. ¹
Fuente	Diario <i>El Peruano</i> , 25-sept-82, citado por María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (2005): <i>Ética para periodistas</i> . Bogotá, Norma, pp. 378-379.

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

Capítulo I: Normas Generales

Art. 1.- Es obligación de los colegiados proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad de las personas e instituciones y por su prestigio personal y decoro profesional.

Art. 2.- El Código de Ética Profesional obliga al periodista al ejercicio honesto de la profesión y le impone normas que debe cumplir en sus relaciones con la sociedad, con los colegas y con los medios de comunicación.

Art. 3.- El colegiado debe observar las normas de este Código de Ética Profesional. Las infracciones al mismo, por considerarse actos indignos, serán objeto de denuncia y sancionados de conformidad con el Estatuto.

Capítulo II: Actos contra la Profesión

Art. 4.- Son actos contrarios a la ética profesional:

- a. Aceptar cualquier clase de recompensa que comprometa informaciones u opiniones; 2C
- b. Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial;
- c. Utilizar, intencional y voluntariamente, documentos falsos;
- d. Difundir intencionalmente noticias falsas;
- e. Deformar la verdad y adulterarla con la supresión de hechos esenciales a su conocimiento;
- f. Proporcionar información falsa, sin la seguridad previa de su veracidad o autenticidad, sea malintencionadamente o por negligencia; y
- g. Desnaturalizar la profesión periodística con representaciones y/o textos que atenten contra la moral pública, la dignidad de las personas e instituciones, los intereses nacionales y los símbolos de la Patria. 4D

Capítulo III: Relaciones con los Colegas

Art. 5.- Son actos contrarios a la ética profesional:

- a. Plagiar en la información, no citando la fuente de la cual se reproduce la noticia o comentario;

¹ Cfr. Karla P. Velezmoro Contreras (s/f): Producción de despachos en el área judicial en CPN radio, tesis de licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima), p. 38.

- b. Atribuirse o adjudicarse ideas o documentos de los que no se es autor;
- c. Injuriar directa o indirectamente la reputación profesional o situación de otro periodista, así como denigrarle con ataques personales o atribuirle intereses o propósitos maliciosos;
- d. Desamparar a los periodistas que sufren persecución, exilio o carcelería por razón de sus ideas, así como permitir o contribuir a que se cometan injusticias con otros periodistas.

Capítulo IV: Relaciones con la Sociedad

Art. 6.- Son actos contrarios a la ética profesional:

- a. Atentar contra la libertad de pensamiento y expresión;
- b. Permitir que pasen inadvertidas las violaciones de los derechos humanos;
- c. Permitir que pasen inadvertidas las condiciones que sean peligrosas o constituyan una amenaza contra la vida y la salud;
- d. Violar el derecho a la intimidad de las personas; **4D**
- e. Atentar contra la protección que merece la familia, el niño y el joven; y **4D**
- f. No guardar el secreto profesional o utilizarlo en beneficio de terceros. **4D**

Capítulo V: Relaciones con los Medios de Información

Art. 7.- Son actos contrarios a la ética profesional:

- a. Revelar asuntos de carácter reservado del medio en que se labora;
- b. Difundir informaciones y opiniones en beneficio propio o de terceros, sin conocimiento del medio en que labora y contra percepción de recompensa por ello; **2C**
- c. Aceptar honorarios o haberes inferiores a los mínimos establecidos. **2C**

Capítulo V: Deberes para con el Colegio

Art. 8.- Es deber del periodista prestar su concurso personal para el mejor éxito de los fines del Colegio. Los encargos o comisiones que se le confíen deben ser aceptados salvo causas debidamente justificadas.

Capítulo VII: Alcance y Cumplimiento del Código

Art. 9.- Las normas de este Código rigen el ejercicio de la profesión y ninguna circunstancia eximirá al colegiado de su cumplimiento.

I.1.3. Carta de Ética Profesional de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (1988)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Carta de Ética Profesional
Entidad de origen	Asociación Nacional de Periodistas del Perú
Fecha y forma de aprobación	Septiembre de 1988, Congreso Ordinario.
Fuente	Obtenido en la página oficial de International Journalists' Network: http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8345&LID=2 . Consulta: 28-6-07.

CARTA DE ÉTICA PROFESIONAL

La ANP es una institución representativa del gremio periodístico fundada en 1928. En su base axiológica sustenta los siguientes principios:

- 1) La ANP considera que la realización plena de la persona humana, dentro de una sociedad comunitaria y solidaria, constituyen el fin superior de la misma y que, en consecuencia, es deber de todos trabajar por el establecimiento de condiciones que hagan posible esa finalidad a través de agentes de cambios económicos, sociales, políticos, jurídicos y culturales.
- 2) La ANP proclama su compromiso gremial adhiere al movimiento de los trabajadores, para la construcción de una sociedad ajena a toda forma de discriminación, marginación o dependencia, en base a la participación de las grandes mayorías, basadas, en un pluralismo económico donde la autogestión sea prioritaria.
- 3) Se suscribe como participante activa en la lucha contra todas las formas de opresión, explotación e injusticia social, cualquiera sea su naturaleza.

Esta institución norma su conducta ética teniendo presentes 12 puntos sancionados en la denominada Carta de Ética Profesional, documento aprobado en su Congreso Ordinario efectuado en septiembre de 1988. Este documento señala lo siguiente:

- 1) En el ejercicio de la función periodística, debe primar siempre una firme conducta moral; la vigorización de todos los factores que tiendan a desarrollar la identidad del Perú como país soberano; la hermandad entre los pueblos para el afianzamiento de la paz; el propósito de difundir la cultura y fortalecer la conciencia del trabajador, la decisión de avanzar en la consecución de un sistema gubernamental cada vez más democrático; y el irrestricto respeto a la dignidad humana y profesional. (1C, 4C)
- 2) Por tanto, honrar la verdad, la libertad, la justicia social y la solidaridad gremial constituyen supremos principios que deben guiar la actividad del trabajador de la comunicación en general y del periodista, en particular. (2B, 3A, 4C)
- 3) El mensaje periodístico será siempre humanista, objetivo y pluralista, a fin de estimular la racionalidad en las relaciones humanas, la prosperidad con justicia para la colectividad y el fortalecimiento de la organización laboral de los trabajadores. (4C)
- 4) El periodista perteneciente a la ANP asume en todo momento su rol de defensa de la libertad de información y expresión y lucha contra todo aquello que signifique peligro, interferencia o atentado contra el derecho de las personas. (2B)
- 5) Asimismo, debe buscar constantemente su elevación profesional, superándose y luchando contra el empirismo que desdibuja la imagen de la profesión periodística.
- 6) El periodista integrante de la ANP, jamás denigra a sus colegas, tampoco critica a sus instituciones gremiales con fines subalternos, cuidándose siempre de no usar términos lesivos a la condición humana y profesional de los comunicadores sociales.
- 7) Por el contrario, ampara a los hombres de prensa que son objeto de difamación, hostilidad, persecución o prisión injusta, proyectando su ayuda a los colegas con problemas económicos o de salud y a los familiares de los periodistas caídos en cumplimiento de su arriesgada misión.
- 8) No utiliza en su labor el sensacionalismo, la obscenidad ni el chantaje; menos aún emplea criterios de discriminación racial, ideológica o de sexo, ni induce a la confusión o desnaturaliza las opiniones tergiversándolas o extrayéndolas maliciosamente de su contexto.
- 9) El comunicador social guarda el secreto de sus fuentes informativas, no publica por adelantado material que le haya sido confiado para su divulgación en fecha precisa y garantiza el derecho a la rectificación si una persona ha sido equivocada o negativamente aludida a través de los medios de información. (2C, 5C)
- 10) Los miembros de la ANP de ningún modo se someten a las presiones de los empleadores (sean estos individuales, empresas editoras, monopolios noticiosos o cualesquier otro), ni a las de régimen dictatorial o autoridades abusivas para transgredir las normas de la dignidad, el respeto a la verdad o la defensa de los intereses populares. (2C, 2E)
- 11) Igualmente, exige el estricto cumplimiento de la legislación laboral, incluyendo especialmente lo relativo a los beneficios profesionales y sociales; reclamando pago justo por sus servicios y se solidariza con sus compañeros obligados a permanecer sin trabajo por causas ajenas a su voluntad. (2C)
- 12) No aceptan premios o galardones que no sean otorgados exclusivamente en mérito a su competencia y menos si pueden poner en tela de juicio su capacidad de crítica constructiva y fiscalizadora a nombre de la opinión pública. (2C)

Comprende además la ética efectiva de esta institución cinco especificaciones dentro de una declaración: "La Información es un Derecho del Pueblo":

- 1) La ANP considera que la información es un derecho del pueblo y, por tanto, consecuencia racional de la libertad de pensar y expresarse de manera oportuna, veloz, responsable. (1A)
- 2) Tal derecho es indispensable para el cumplimiento de la función social del periodismo, que debe cumplirse canalizando las expresiones de las más diversas corrientes de opinión. (1C)
- 3) La información como derecho del pueblo esta reconocida y garantizada por la Constitución Política del Estado y otorga al periodista peruano la seguridad de trabajar sin ser hostilizado y perseguido en el ejercicio de su profesión. (1D, 1E)
- 4) El derecho a la libertad de información involucra: (1F)
 - a) el libre acceso a las fuentes de información

- b) la interpretación y análisis de los hechos noticiosos
 - c) la facultad irrenunciable de recurrir de inmediato a la ANP cuando su ejercicio sea obstaculizado, denegado o reprimido, cualquiera sea la circunstancia política del país.
- 5) Corresponde a los miembros de la ANP en consecuencia, hacer uso de su función periodística para que el pueblo alcance en plenitud su derecho a la libertad de información, dentro de una sociedad donde la persona humana es el fin superior de la misma. (1A, 1E, 4C)

1.2. CÓDIGOS NO VIGENTES DE COLOMBIA

1.2.1. Código de Ética del Periodista del Círculo de Periodistas de Antioquia (1970)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Código de Ética
Entidad de origen	Círculo de Periodistas de Antioquia
Fecha y forma de aprobación	19 de septiembre de 1970 en Asamblea General
Fuente	Porfirio Barroso Asenjo (1984): <i>Códigos deontológicos de los medios de comunicación</i> . Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, p. 51.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA

1. El periodista es garante del derecho a la información que asiste a toda persona. 1A
2. La información que suministra será veraz y condicionada al bien común. 3A, 4C
3. Pondrá todo su empeño en buscar la verdad, y cuando haya incurrido en error, toda su capacidad de enmendarlo. 3A
4. Procurará que su ánimo esté libre de prejuicios y odios en el momento de suministrar información.
5. El periodista hará uso de la libertad de expresión con rectitud y siempre para el bien común. 4C
6. El periodista ha de servir a la justicia y ser justo.
7. Cuando inicie juicio de acusación pública contra alguien le dará oportunidad de explicar su conducta y defenderse.
8. Comprenderá el periodista que la vida privada está fuera de la actividad informativa, salvo cuando afecte al orden público o social. 4D
9. Evitará que tanto lo literario como lo gráfico sirvan de incentivo a la inmoralidad.
10. El periodista es un servidor público. Las campañas de utilidad pública, la defensa de los intereses particulares legítimos, la promoción de empresas de progreso nacional, no pueden dar lugar a dádivas ni gajes, so pena de perder esa honrosa calidad. 2C
11. La mejor lealtad del periodista será para con la patria. Nada se hará que la pueda lesionar ni desmerecer.
12. La fuente de información es sagrada. El periodista guardará en secreto la fuente cuando así le fuera solicitado. 2C
13. Debe el periodista lealtad y eficacia a la empresa a la que presta sus servicios profesionales. Aquella respetará el derecho que asiste al periodista para ejercer su profesión de conformidad con los principios aquí consignados. Sabrá el periodista comportarse como colega y compañero. Para ello procurará ser medido en la crítica y en el elogio. 2C, 2D
14. La emulación entre colegas solo se hará a través de la consecución de la primicia informativa y de la mejor presentación de ésta. Vedada está la mentira y la difamación en la competencia profesional. 4D
15. Procurará el periodista la unidad gremial para defender la profesión con la mayor capacidad y celo.

1.2.2. Código Intergremial de Ética Periodística (1974)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Código Intergremial de Ética Periodística
Entidad de origen	Comité Nacional Intergremial
Fecha y forma de aprobación	29 de septiembre de 1974, Bogotá
Fuente	Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 350-352.

CÓDIGO INTERGREMIAL DE ÉTICA PERIODÍSTICA (1974)

1. El periodismo y los periodistas deben estar siempre al servicio de la verdad, la justicia y los derechos de los pueblos y de los ideales de perfeccionamiento y avance de la sociedad y amistad entre los pueblos. 3A
2. Es deber ineludible de todos los periodistas evitar, por todos los medios, que se dicten disposiciones que recorten, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión. En caso de estar vigentes leyes o disposiciones de tal carácter, deberán luchar hasta lograr su derogación total. 2B
3. El periodista está obligado a prestar completa solidaridad a todos los profesionales que sufran persecuciones injustas, así como también a aquéllos que sean condenados en virtud de disposiciones que las organizaciones de periodistas consideren lesivas de la libertad de expresión.
4. Ningún periodista podrá hacer uso de disposiciones que lesionen la libertad de expresión, ni aun arguyendo hacerlo fuera del ejercicio profesional. 2B
5. El periodista está vedado para denigrar a otros periodistas o dirigirles ataques personales con el objeto de silenciar campañas, suponiéndoles intereses mezquinos o maliciosos. Si algún periodista tiene dudas de la conducta de otro colega, debe poner esas dudas en conocimiento de las asociaciones profesionales sindicalizadas, que serán los organismos competentes para juzgar o establecer sanciones, si es del caso.
6. El periodista no debe referirse a otro colega en términos que descalifiquen su calidad profesional ni atacar públicamente las decisiones de su organización gremial.
7. El periodista debe reclamar de la empresa a la cual está vinculado el respeto a sus ideas y creencias, pues si bien está unido a aquélla a través de un contrato de trabajo, el periodista no deberá aceptar presiones de ningún tipo de los empresarios para que falte a la verdad. 2C, 2D
8. Las organizaciones sindicalizadas del periodismo colombiano prestarán solidaridad concreta a quienes sean perseguidos por defender los principios emanados de esta declaración.
9. El periodista que ejerciendo cargos directivos induzca a colegas subalternos a violar las normas éticas de la profesión incurrirá en falta muy grave, sancionable de acuerdo a los estatutos de cada organización. 5B
10. El periodista condenará y luchará contra toda discriminación racial, nacional, religiosa o política, y será un abanderado permanente de la aplicación y vigencia de los derechos democráticos populares. 4D
11. El periodista debe guardar el secreto de sus fuentes de información y respetar la confianza que se le otorga al recibir antecedentes reservados. Por tanto, el periodista que se comprometa a mantener en confidencia una información no deberá hacerla pública de ninguna manera. 2C
12. Ningún periodista podrá solicitar donaciones para sí o para otros colegas ni aceptarlas, cualesquiera sean los motivos que se invoquen. Toda acción de beneficio social que se estime necesaria deberá ser autorizada por la organización sindical de periodistas y trabajadores de los medios de comunicación social correspondiente. 2C

1.2.3. Código de Ética y Responsabilidad del Periodista del Círculo de Periodistas de Bogotá (1990)

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre	Código de Ética y Responsabilidad del Periodista
Entidad de origen	Círculo de Periodistas de Bogotá
Fecha y forma de aprobación	1990, Bogotá
Fuente	Recogido en María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (2005): <i>Ética para periodistas</i> . Bogotá: Norma, pp. 367-370 y en el sitio oficial de la organización Medios para la Paz http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=769 consulta: 23-4-08.

CÓDIGO DE ÉTICA Y RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA

Preámbulo

- (1) La libertad de prensa es condición básica para que la sociedad tenga conocimiento veraz, suficiente y oportuno de la realidad concreta del mundo. Por tanto, debe ser mantenida a salvo de la intrusión o coacción de cualquier sector público o privado. **2B, 3C**
- (2) El acceso a la información constituye uno de los derechos básicos del hombre. Esta razón de ser de la libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión. **1E, 2A**
- (3) La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de una manera exacta y comprensible.
- (4) La ética de la profesión se fundamenta en unos principios dirigidos a establecer la responsabilidad del periodista frente a la sociedad. Estos principios son base del presente Código de normas adoptadas por los periodistas para ennoblecer su ejercicio profesional.
- (5) El código busca señalar a los periodistas unos principios de conducta que consulten los principios racionales de comportamiento ético y profesional y comprometer tanto a los trabajadores de la prensa como a los empresarios, directores y editores de los medios periodísticos.

Información veraz y suficiente

Artículo 1º. La comunidad tiene derecho a estar informada veraz, suficiente y oportunamente y el periodista está en la obligación de informarla en esos términos. **1A**

1. Aunque resulten discutibles como términos absolutos la verdad y la objetividad, es indispensable en el periodismo la buena fe. El contenido de la noticia o del comentario debe ser exacto en sus hechos y en su contexto.
2. Es necesario presentar las distintas caras de la noticia y procurar que, en donde haya más de una interpretación sobre los hechos, aparezcan todas las que sea relevantes.
3. La obligación de informar se incumple:
 - a. Por acción (noticia falsa)
 - b. Por omisión (al guardar silencio sobre un hecho)
 - c. Por aproximación (noticias tendenciosa)
4. La noticia debe quedar claramente diferenciada de los comentarios.

Rectificaciones y réplicas

Artículo 2º. Es obligación del periodista rectificar pronta y adecuadamente las informaciones inexactas, así no se haya exigido aclaración por parte del perjudicado. **5C**

Las fuentes

Artículo 3º. El periodista debe adoptar una actitud analítica frente a las fuentes, confrontarlas y comprobar sus afirmaciones.

1. En principio es aconsejable que el receptor conozca la fuente de las informaciones. Esto otorga mayor credibilidad y fija una mayor responsabilidad sobre lo que se afirma. Sin embargo, el periodista puede comprometerse a guardar sigilo sobre sus fuentes de información. **2C** Con todo, podrá sentirse exonerado de seguirlo haciendo:

- a. Cuando haya sido engañado por la fuente, y
- b. cuando ésta incumpla el compromiso expreso de darse a conocer en determinada circunstancia.

2. El sigilo profesional tiene por objeto proteger de la publicidad a la fuente; en ningún caso debe amparar la inexactitud de la información ni releva al periodista de su deber de verificar los hechos.

La obtención de la noticia

Artículo 4°. No todos los métodos para obtener una noticia son éticos. Las razones de interés público deben prevalecer sobre los intereses privados en la búsqueda de la información. **4D**

Citas y transcripciones

Artículo 5°. El periodista debe evitar que las citas alteren el sentido de lo que transcribe, y solamente debe colocar entre comillas las palabras textuales.

Artículo 6°. El plagio es una conducta contraria a los principios éticos.

Favores y privilegios

Artículo 7°. La independencia y la credibilidad del periodista son indispensables para su ejercicio profesional. **2C** En consecuencia, son prácticas contrarias a la ética:

- 1. Usar su influencia para buscar ventajas personales o privilegios.
- 2. Recibir de la fuente que se cubre pagos o favores de cualquier índole.
- 3. Las actividades de publicidad y de relaciones públicas ejercidas simultáneamente con el periodismo.
- 4. El ejercicio simultáneo de la comunicación empresarial en el sector público o privado y del periodismo en los medios.
- 5. La venta de publicidad como parte de la retribución del periodista por su trabajo profesional.
- 6. Los estímulos que puedan causar dependencias, como premios de periodismo otorgados por las fuentes.

Sensacionalismo

Artículo 8°. El sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica manipulación y engaño y, por tanto, burla la buena fe del público.

- 1. El periodismo debe respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público. **4D**
- 2. Debe abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad malsana.
- 3. Especial cuidado ha de observarse en las informaciones sobre procesos judiciales en curso, ya que, incluso sin incurrir en ilegales violaciones de la reserva sumarial, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados.

La empresa periodística

Artículo 9°. La naturaleza propia de la empresa periodística y su proyección social no permiten asimilarla a cualquier otra actividad empresarial. Por eso, los directores, editores y, en general, los responsables de la redacción en los medios de comunicación deben ejercer sus funciones con el debido respeto a la entidad intelectual y profesional de los autores de la información periodística. **2C**

Para efectos de este Código, los empresarios, los gerentes y los empleados de los departamentos administrativos y comerciales de los medios de comunicación tienen las mismas responsabilidades éticas del periodista. Por consiguiente:

- 1. Están en el deber de evitar todo compromiso u otorgar privilegios que pongan en duda la independencia informativa del medio. **2C**
- 2. Su participación en juntas directivas y su vinculación a cargos y asesorías a empresas distintas comprometen la independencia del respectivo medio de comunicación. **2C**
- 3. Debe diferenciarse con absoluta claridad todo el material de carácter publicitario, como el remitido, el publinreportaje, la publicidad política, los suplementos comerciales especializados, etc.

Cláusula de conciencia

Artículo 10°. El periodista tiene la obligación moral de actuar de acuerdo con su conciencia y no puede ser sancionado por ello. **2C**

- 1. En consecuencia, las empresas periodísticas no podrán aplicar sanción o desmejoramiento laboral por el cumplimiento de este deber ético en el ejercicio profesional.
- 2. La cláusula de conciencia, reconocida internacionalmente, debe ser incluida en el derecho laboral colombiano.

Ámbito y competencia

Artículo 11°. Son aconsejables la autocritica profesional y el debate público de los temas relacionados con la información. Las exigencias de la ética profesional, que obligan a todos los periodistas, van más allá de su responsabilidad civil o penal. En consecuencia:

1. La responsabilidad de garantizar la fiel observancia de la ética profesional recae sobre aquellos que se dedican a la profesión y no sobre los poderes públicos, como bien lo ha acordado el Código Internacional de Ética Periodística propuesto por la Organización de las Naciones Unidas.
2. Las normas de conducta enunciadas en el presente Código no justifican la intervención de los poderes públicos o de sus voceros para forzar la observancia de las obligaciones morales establecidas en el mismo.
3. Para garantizar la vigilancia del cumplimiento de este Código y su actualización es necesario constituir un tribunal de honor cuya estructura y composición serán acordadas por consenso por las agremiaciones del país. 5A

Aprobado en Bogotá en enero de 1990 por el Círculo de Periodistas de Bogotá y elaborado por la Comisión de Ética del CPB, integrada por Javier Darío Restrepo, Daniel Samper, Ana María Alzate, Alberto Galindo y Rogelio Echavarría.

I.3. CÓDIGOS NO VIGENTES DE VENEZUELA

I.3.1. Modelo de Ética, de la Asociación Venezolana de Periodistas (1959)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Modelo de Ética
Entidad de origen	Asociación Venezolana de Periodistas (AVP)
Fecha y forma de aprobación	1959, Caracas
Fuente	Recogido en Servando García Ponce (1961): <i>Apuntes sobre la libertad de prensa en Venezuela</i> , Caracas, Universidad Central de Venezuela, pp. 123-124 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 377-378.

MODELO DE ÉTICA DE LA ASOCIACIÓN VENEZOLANA DE PERIODISTAS

El periodista venezolano se compromete a:

1. Defender la libertad de expresión y el libre acceso a las fuentes de información, y luchar contra todo lo que pudiera limitarlos. 1A, 1F
2. Publicar toda información que las personas debieran conocer de acuerdo a sus propios derechos y en defensa de la democracia y de las libertades civiles. 1A, 1C, 1E, 4A,
3. Abstenerse de publicar toda información que no se sepa que es verdadera. 3A
4. Asumir la plena responsabilidad de toda la información publicada, a menos que la información haya sufrido alteración más allá del control del periodista.
5. Abstenerse de hacer público injustamente los informes de testigos u otros testimonios, declaraciones obtenidas por el periodista, o cualquier información confiada al periodista.
6. La verdad es una virtud esencial para todos los periodistas. 3A,

7. Las acusaciones sin pruebas son la falta profesional más grave. Las frases que son difamatorias o calumniosas deberían ser eliminadas de toda información o artículo periodístico. 3A, 4D
8. No aceptar misiones incompatibles con la dignidad de la profesión periodística, ni recibir bajo ningún concepto dinero u otros beneficios de organizaciones oficiales, empresas privadas o personas, cuando afecten a la honestidad profesional. 2C
9. No utilizar nunca la actividad profesional para ayudar a la propaganda revolucionaria, o para contribuir a la subversión de la opinión pública.
10. Proteger la fuente de la información obtenida de manera confidencial, pero nunca invocar al secreto profesional para defender o proteger intereses posiblemente perjudiciales para las personas e instituciones democráticas. 2C, 4C, 4D
11. No violar el derecho de cada individuo a la intimidad simplemente para obtener historias interesantes o rentables. 4D,
12. No esconderse bajo otro nombre para atacar a entidades o a personas, ni para defender intereses opuestos a las personas y a las instituciones democráticas. 4C
13. No presentar ilustraciones falsas ni manipular las fotografías para engañar al público ni fingir entrevistas basadas en hechos conocidos de una persona. 3A
14. No prejuzgar la culpabilidad o inocencia de las personas antes del veredicto del juicio. 4D
15. Rectificar públicamente errores previos cometidos por falsas informaciones. 5B, 5C
16. No cubrir fuentes de información asignadas a otros periodistas en el mismo periódico, excepto con la autorización expresa de la persona que cubre esa fuente.

(Maracaibo, 1959)

I.3.2. Código de Ética del Periodista Venezolano, de la Asociación Venezolana de Periodistas (1976)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética del Periodista Venezolano
Entidad de origen	Colegio Nacional de Periodistas (CNP)
Fecha y forma de aprobación	1976, Caracas
Fuente	Recogido en Porfirio Barroso Asenjo (1984): <i>Códigos deontológicos de los medios de comunicación</i> ; Madrid, Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, pp. 153-157.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS

Exposición de Motivos

(1) La libertad de información es un derecho fundamental y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas, proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, garantizada en la Constitución Nacional y es factor esencial en el desarrollo, ampliación y profundización de la democracia en nuestro país. 1C, 1E, -3D

(2) El periodista concibe la libertad de información como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre. En consecuencia, debe denunciar como fraudulento invocar este principio para justificar intereses mercantiles o sensacionalistas o para convalidar tergiversaciones del mensaje informativo. 1C, 1E, 1G, -3D, 4A, 4C

(3) Esa libertad estará mejor salvaguardada cuando los periodistas se esfuercen por mantener el sentido más elevado de su responsabilidad profesional, conscientes de su obligación de informar oportuna y verazmente y de buscar siempre la verdad en las explicaciones e interpretaciones de los hechos. 2A, 3A, 3B, -3D

(4) No obstante, estamos conscientes de que una conducta profesional ajustada a los lineamientos éticos no es suficiente garantía de una información honesta y veraz. Se hace necesario establecer, por esto,

responsabilidades de los propietarios de los medios de comunicación, quienes con frecuencia guían su conducta en busca de objetivos materiales antes que en la prestación de un servicio público. En este sentido, las normas que dictamos a continuación deberán, igualmente, orientar la acción de quienes desde el sector público o del sector privado, controlan medios de comunicación masiva. 2D, 1G

(5) El Colegio Nacional de Periodistas dicta el Código de Ética como norma de conducta de los profesionales del periodismo que se desempeñan en la prensa, la radio o la televisión y que, en general, procesan la información en cualquier otra actividad; llama a todos sus miembros a cumplirlo y a vigilar su cumplimiento y a los organismos disciplinarios del CNP a convertirse en instrumentos activos que garanticen su plena vigencia y respeto. 5A

(6) Queda a cargo de los Tribunales Disciplinarios hacer efectivas las normas del Código, mediante la realización de procesos equitativos y justa aplicación de las sanciones contempladas y clasificadas por la Ley de Ejercicio del Periodismo en su Capítulo IV. 5A, 5B

Capítulo I

Principios generales

Artículo 1. El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad. 1C, 2A, 4A, 4B

Artículo 2. El periodista tiene su origen en la libertad de expresión y el derecho a la información, normas democráticas consagradas en la Constitución de la República. El periodista debe luchar por la vigencia y efectividad de tales principios. 1A, 1D, 2B

Artículo 3. El periodista debe impedir la concepción, promulgación y aplicación de decisiones que de alguna manera disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el libre acceso a las fuentes y medios de información. 1F, 2B

Artículo 4. El periodista tiene la verdad como norma irrenunciable, y como profesional está obligado a actuar de manera que este principio sea compartido y aceptado por todos. Ningún hecho deberá ser falseado y ningún hecho esencial deberá ser deliberadamente omitido. El Colegio Nacional de Periodistas está obligado a prestar amparo a todo colegiado que sea afectado por defender la verdad. 3A, 4D

Artículo 5. El periodista está obligado a respetar y defender la verdad, la libertad de expresión y el desarrollo autónomo e independiente de nuestro pueblo. El periodista sólo podrá informar de la vida privada aquello que sea de importancia para los intereses de la colectividad. 3A, 4D

Capítulo II

El periodista con el pueblo

Artículo 6. El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene el derecho de recibir información veraz, oportuna e integral a través de los medios de comunicación social. 1A, 3A, 3C, 4B, 4C

Artículo 7. El periodista está en la obligación de defender la nacionalidad y debe ser instrumento para el desarrollo independiente del país, la educación, la ciencia y la cultura y estar al servicio de la liberación de los pueblos y del hombre. 4C

Artículo 8. El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso o audiovisual, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana. 4D

Parágrafo Único. Es condenable el uso de técnicas amarillistas como deformaciones del periodismo que afectan el derecho del pueblo a ser correctamente informado. 3C

Artículo 9. El periodista no debe ampararse en el anonimato. Debe hacerse un uso correcto del seudónimo y está prohibida la elaboración de textos e ilustraciones apócrifas o de arreglos o montajes audiovisuales destinados a dañar la fe pública, sin que esto impida el uso legítimo y creador de los recursos técnicos disponibles.

Artículo 10. El periodista comete falta grave cuando comunica de mala fe acusaciones sin pruebas o ataques injustificados a la dignidad, honor o prestigio de personas, instituciones o agrupaciones. 4D

Artículo 11. Las informaciones falsas deben ser rectificadas espontánea e inmediatamente. Los rumores y las noticias no confirmadas deberán identificarse y tratarse como tales.

Artículo 12. El periodista no podrá, en ningún momento, evadir el cumplimiento del artículo 31 de la Ley de Ejercicio del Periodismo, cuando incurriere en casos como los contemplados en dicho artículo.

Artículo 13. El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores más desposeídos de la población logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas. 1F

Artículo 14. El periodista tiene su instrumento fundamental en el idioma, elemento básico en la consolidación de la cultura nacional. El periodista está obligado a usarlo debidamente.

Artículo 15. El periodista deberá contribuir activamente a la Salud Pública, y defender la conservación del equilibrio ecológico, necesario para la vida humana, y deberá denunciar las situaciones que propicien la contaminación, como la introducción, fabricación y uso en el país de materiales que dañen la naturaleza o desmejoren las condiciones ambientales.

Capítulo III

El periodista con la fuente

Artículo 16. El periodista debe guardar estricto secreto profesional sobre el origen de las informaciones cuando la fuente así lo requiera. 2C

Parágrafo Único. En ningún caso el periodista deberá revelar el secreto profesional. 2C

Artículo 17. El periodista debe verificar las informaciones que recibe y recurrir a las fuentes idóneas que le permitan presentar la información de manera veraz.

Artículo 18. El periodista rechazará donaciones o contribuciones de origen público o privado, dirigidas a interferir en su labor informativa. La búsqueda de ventajas personales contrarias al bienestar general es incompatible con el ejercicio del periodismo. 2C

Artículo 19. El periodista no podrá recibir remuneración alguna de entidad pública o privada que deba frecuentar por razones informativas. Es incompatible el ejercicio simultáneo del periodismo con el de relaciones públicas o asesorías de prensa, cuando el periodista tiene asignada como fuente la institución o persona para la cual ejercería la segunda actividad. 2C

Parágrafo Único. Los cargos de Jefes de Redacción y Jefe de Información son absolutamente incompatibles con el ejercicio simultáneo de Relaciones Públicas, en organismos públicos o privados y asesorías de prensa de todas las fuentes periodísticas.

Artículo 20. El periodista no deberá divulgar como información lo que tiene carácter comercial o publicitario sin identificarlo claramente como tal.

Artículo 21. El periodista no deberá prestarse al desplazamiento desleal de un colega en el cargo o fuente que desempeñe.

Artículo 22. El periodista no podrá aceptar un sueldo o salario inferior al mínimo establecido por el Colegio o en los controles sindicales laborales que estén vigentes en la oportunidad de cada caso. 2C

Artículo 23. El periodista denunciará las presiones de la fuente ante su empleador para ser removido de ella sin causa justificada. En caso que así sucediese, el Colegio Nacional de Periodistas asumirá su defensa. 2C

Capítulo IV

El periodista con su gremio

Artículo 24. El periodista tiene como deber imperativo utilizar sus esfuerzos personales para alcanzar el fortalecimiento y éxito del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 25. El periodista está obligado a fortalecer el espíritu de fraternidad, consideración y respeto mutuo que enaltece la profesión. No deberá promover el descrédito, ni atribuir intereses a propósitos que perjudiquen moral o materialmente a otros colegas.

Parágrafo Único. El trato indigno que afecte a un periodista será motivo de repudio y sanción por parte del gremio.

Artículo 26. El periodista debe denunciar a toda persona que incurra en el ejercicio ilegal de la profesión.

Artículo 27. El periodista está obligado a prestar apoyo a los colegas que sufran persecuciones o que sean víctimas de acciones violatorias de las leyes establecidas o de cualquier tipo de represión provocada por el ejercicio o defensa de la libertad de expresión y el derecho de todo ciudadano a la información.

Artículo 28. El periodista tiene prohibido hacer público como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado. Ni prestar su nombre para amparar publicaciones o programas audiovisuales donde no tenga participación efectiva.

Artículo 29. El periodista sólo aceptará premios otorgados de acuerdo a las normas establecidas o aprobadas por el Colegio Nacional de Periodistas.

Capítulo V

El periodista con la empresa

Artículo 30. El periodista está unido a la empresa por las obligaciones derivadas de un contrato de trabajo. El periodista tratará de contratar en forma colectiva y acogerse a las decisiones sindicales donde existan. En consecuencia, sólo está obligado a responsabilizarse por su trabajo intelectual, apegado al presente Código de Ética y a los deberes señalados en la Constitución y las leyes de la República.

Artículo 31. El periodista rechazará de quienes ejerzan cargos o funciones de directivos empresariales presiones que le induzcan a transgredir el Código de Ética ni cualesquiera otras disposiciones que emanen de los órganos del Colegio Nacional de Periodistas o de las leyes de la República. 2C

Artículo 32. El periodista debe exigir de parte de la empresa respeto a sus creencias, ideas y opiniones, así como el material informativo que entrega como producto de sus esfuerzos y trabajo. Tampoco permitirá que se cambie el sentido o naturaleza del material informativo elaborado y entregado bajo su firma. 2D

Artículo 33. El periodista debe asumir, conjuntamente con la empresa donde debe prestar sus servicios, responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que haya sufrido alteración ajena a la voluntad del redactor.

Parágrafo Único. El periodista tiene derecho a retirar su firma en una información si considera que por la intervención de la Redacción han sido puestos en duda la exactitud de los datos, deformadas declaraciones de terceros, o si injustificadamente fueron realizados cambios sustanciales.

Artículo 34. El periodista debe luchar por obtener el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaje. 2C

Artículo 35. El periodista debe reivindicar su derecho a expresar sus puntos de vista en las secciones de opinión del medio para el cual trabaja aun cuando sean divergentes con la política editorial de la empresa. 2C, 2D

Artículo 36. El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad humana y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad. 2C

Capítulo VI

El periodista con el Estado

Artículo 37. El periodista tiene el deber insoslayable de defender la Soberanía Nacional y la integridad territorial. En consecuencia, debe contribuir con su acción profesional y gremial en esta patriótica tarea,

oponiéndose a toda prédica o campaña que contraríe el interés nacional, así como la paz y la amistad entre los pueblos.

Artículo 38. El periodista debe exigir del Estado la aprobación de una legislación que lo proteja contra los efectos del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación social.

Artículo 39. El periodista debe rechazar presiones que puedan ejercer gobiernos y grupos económicos, políticos o de cualquier índole para deformar, manipular o censurar informaciones. 2C

Artículo 40. El periodista tiene el deber de combatir sin tregua a todo régimen que adúltere o viole los principios de la democracia, la libertad, la igualdad y la justicia.

Artículo 41. El periodista que trabaje para el sector público debe rechazar las presiones que pueda ejercer el Estado en el sentido de lograr una identidad ideológica. 2C

Artículo 42. El periodista y los órganos regulares del Colegio serán los únicos responsables de asegurar la observancia y vigilancia de estos principios éticos. En consecuencia, nada puede justificar la intervención de ninguna autoridad gubernamental para forzar su cumplimiento o sancionar a quienes violen el presente Código. 5A

Capítulo VII

Disposiciones finales

Artículo 43. El periodista debe denunciar a cualquier persona, ente público o privado que atente contra los principios de la libertad de expresión y del derecho a la información que tiene todo ciudadano, así como contra cualquiera de las normas del presente Código de Ética.

Artículo 44. El periodista debe lograr que el presente Código de Ética se mantenga en un sitio público en todos los centros de trabajo, así como colaborar para que tenga la debida discusión y sea conocido, aceptado y practicado por todos los miembros del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 45. El periodista, al ser admitido en el Colegio Nacional de Periodistas, deberá prestar juramento solemne de que cumplirá fielmente este Código de Ética.

Artículo 46. El presente Código de Ética del Periodista Venezolano quedó sancionado en la Primera Convención del Colegio Nacional de Periodistas, celebrado en la ciudad de Caracas, entre los días tres y cinco de septiembre de mil novecientos setenta y seis.

Artículo 47. El cumplimiento de este Código es obligatorio para todos los miembros del CNP y corresponderá a los Tribunales Disciplinarios su vigilancia y sustanciar las denuncias. 5A

I.3.3. Código de Ética del periodista venezolano, del Colegio Nacional de Periodistas (1988)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética del Periodista Venezolano
Entidad de origen	Colegio Nacional de Periodistas
Fecha y forma de aprobación	30-6-1988, II Convención Nacional (Mérida)
Fuente	Recogido en <i>Oficina Central de Información</i> , Caracas, 1994, pp. 5-14 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 432-442.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA VENEZOLANO

Exposición de Motivos

(1) La libertad de información es un derecho fundamental y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas, proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, garantizada en la Constitución Nacional y es factor esencial en el desarrollo, ampliación y profundización de la democracia en nuestro país. 1C, 1E, 3D

(2) El periodista concibe la libertad de información como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre. En consecuencia, debe denunciar como fraudulento invocar este principio para justificar intereses mercantiles o sensacionalistas o para convalidar tergiversaciones del mensaje informativo. 1C, 1G, 3D, 4A, 4C

(3) Esa libertad estará mejor salvaguardada cuando los periodistas se esfuercen por mantener el sentido más elevado de su responsabilidad profesional, conscientes de su obligación de informar oportuna y verazmente y de buscar siempre la verdad en las explicaciones e interpretaciones de los hechos. 2A, 3A, 3B, 3D

(4) No obstante, estamos conscientes de que una conducta profesional ajustada a los lineamientos éticos no es suficiente garantía de una información honesta y veraz. Se hace necesario establecer, por esto, responsabilidades de los propietarios de los medios de comunicación, quienes con frecuencia guían su conducta en busca de objetivos materiales que en la prestación de un servicio público. En este sentido, las normas que dictamos a continuación deberán, igualmente, orientar la acción de quienes desde el sector público o del sector privado, controlan medios de comunicación masiva. 1G, 2D

(5) El periodista se debe al público, y por ello su información debe contribuir con su imparcialidad, veracidad, oportunidad y honestidad a que la verdad del suceso difundido sea evidente. Sin embargo, el periodista es un profesional y un ser humano, que puede equivocarse y deberá entonces permitir al público interesado el derecho a réplica. Al autor de la noticia que considere que el planteamiento realizado por el periodista no se ajusta a lo que él expresó o declaró, derecho a respuesta, lo que significa aclarar. La aclaratoria es un derecho importante e irrenunciable, pero se trata de establecer, nuevamente, la posibilidad de garantizar al público que un periodista, cuando se equivoca, es capaz de admitirlo y reconocerlo. 5C

(6) El Colegio Nacional de Periodistas dicta el Código de Ética como norma de conducta de los profesionales del periodismo que se desempeñan en la prensa, la radio o la televisión y que, en general, procesan la información en cualquier otra actividad; llama a todos sus miembros a cumplirlo y a vigilar su cumplimiento y a los tribunales disciplinarios del CNP a convertirse en instrumentos activos que garanticen su plena vigencia y respeto.

(7) Queda a cargo de los Tribunales Disciplinarios hacer efectivas las normas del Código mediante la realización de procesos equitativos y justa aplicación de las sanciones contempladas y clasificadas por la Ley de Ejercicio del Periodismo en su Capítulo IV. 5A, 5B

Capítulo I

Principios generales

Artículo 1. El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad. 1C, 2A, 4A, 4B

Artículo 2. El periodista tiene su origen en la libertad de expresión y el derecho a la información, normas democráticas consagradas en la Constitución de la República. El periodista debe luchar por la vigencia y efectividad de tales principios. 1A, 1D, 2B

Artículo 3. El periodista debe impedir la concepción, promulgación y aplicación de decisiones que de alguna manera desminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el libre acceso a las fuentes y medios de información. 1F, 2B

Artículo 4. El periodista tiene la verdad como norma irrenunciable, y como profesional está obligado a actuar de manera que este principio sea compartido y aceptado por todos. Ningún hecho deberá ser falseado y

ningún hecho esencial deberá ser deliberadamente omitido. El Colegio Nacional de Periodistas está obligado a prestar amparo a todo colegiado que sea afectado por defender la verdad. 3A, 4D,

Artículo 5. El periodista está obligado a respetar y defender la verdad, la libertad de expresión y el desarrollo autónomo e independiente de nuestro pueblo. El periodista sólo podrá informar de la vida privada, aquello que es de importancia para los intereses de la colectividad; está obligado a darle el tratamiento ajustado a la dignidad, la discreción y la veracidad que se merece la vida privada de cualquier ciudadano venezolano. 3A, 4D

Capítulo II

El periodista con el pueblo

Artículo 6. El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene el derecho de recibir información veraz, oportuna e integral a través de los medios de comunicación social. 1A, 3A, 3C, 4B, 4C

Artículo 7. El periodista está en la obligación de defender la nacionalidad y debe ser instrumento para el desarrollo independiente del país, la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, y estar al servicio de la liberación de los pueblos y del hombre. 4C

Artículo 8. El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso o audiovisual, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana. 4D

Parágrafo Único. Es condenable el uso de técnicas amarillistas como deformaciones del periodismo que afectan el derecho del pueblo a ser correctamente informado. 3C

Artículo 9. El periodista no debe ampararse en el anonimato. Debe hacer uso correcto del seudónimo. El uso del seudónimo que no permita la identidad del periodista responsable por su información, artículo, columna u otro género periodístico cualquiera, será considerado como un anónimo y, en consecuencia, podrá aplicarse la sanción jurídica a que hubiere lugar, así como denunciarlo ante el tribunal disciplinario competente.

Artículo 10. Está prohibida la elaboración de textos e ilustraciones apócrifas o de arreglos o montajes audiovisuales destinados a dañar la fe pública, sin que esto implique el uso legítimo, creador y responsable de los recursos técnicos disponibles.

Artículo 11. El periodista comete falta grave cuando comunica de mala fe acusaciones sin pruebas o ataques injustificados a la dignidad, honor o prestigio de personas, instituciones o agrupaciones. 4D

Artículo 12. Las informaciones falsas deben ser rectificadas espontánea e inmediatamente. El periodista publicará en el lapso de 48 horas siguientes a la publicación de la noticia errada, la rectificación a que hubiera lugar, en el mismo espacio donde se publicó la primera noticia. Los rumores y las noticias no confirmadas deberán identificarse como tales. 5C

Artículo 13. El periodista no podrá, en ningún momento, evadir el cumplimiento del artículo 31 de la Ley de Ejercicio del Periodismo, que dice a la letra: “Toda tergiversación de la información debe ser rectificada oportuna y eficientemente. El periodista estará obligado a rectificar y la empresa deberá dar cabida a tal rectificación y a la aclaratoria que formule el afectado”. Para el procedimiento de rectificación el periodista seguirá lo pautado en el artículo 14 del Reglamento de la Ley, que señala: Las rectificaciones a que se refiere el artículo 31 de la Ley deberán ser hechas dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a aquellas en que lo exija el agraviado, en las mismas condiciones y el mismo medio en que cursó la información. Para los efectos de este artículo, la obligación del medio de comunicación o del periodista, se cumplirá con la entrega de la rectificación a la empresa u organismo que estará obligado a publicarla gratuitamente. La empresa deberá expedir al periodista constancia de los hechos a los que se refiere el párrafo anterior y será en forma oportuna y eficiente.

Artículo 14. El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas. 1F

Artículo 15. El periodista tiene su instrumento fundamental en el idioma, elemento básico en la consolidación de la cultura nacional. El periodista está obligado a usarlo debidamente.

Artículo 16. El periodista deberá contribuir activamente a la Salud Pública, y defender la conservación del equilibrio ecológico necesario para la vida humana, y deberá denunciar las situaciones que propicien la contaminación, como la introducción, fabricación y uso en el país de materiales que dañen la naturaleza o desmejoren las condiciones ambientales.

Artículo 17. El periodista debe luchar por un ambiente comunicacional sano, en el sentido de lograr el equilibrio de los mensajes. La entropía comunicacional como factor de ruido en el espacio comunicacional deberá ser denunciada y el periodista, como mediador social, deberá luchar por impedir la sobrecarga de mensajes contaminantes del medio ambiente.

Capítulo III

El periodista con la fuente

Artículo 18. El periodista a quien la fuente haya pedido guardar en secreto su identidad, no deberá revelarla en ningún caso y respetará la decisión de la fuente frente a cualquier tipo de presión. 2C

Parágrafo Único. En ningún caso el periodista debe revelar el secreto profesional. 2C

Artículo 19. El periodista debe verificar las informaciones que recibe y recurrir a las fuentes idóneas que la permitan la información de manera veraz.

Artículo 20. El periodista rechazará donaciones o contribuciones de origen público o privado, dirigidas a interferir o influenciar su labor informativa. La búsqueda de ventajas personales, en perjuicio del interés colectivo, es incompatible con el ejercicio del periodismo. 2C

Artículo 21. El periodista no podrá recibir remuneración alguna de entidad pública o privada que deba frecuentar por razones informativas. Es incompatible el ejercicio simultáneo del periodismo con el de relaciones públicas o asesorías de prensa, cuando el periodista tiene asignada como fuente la institución o persona para la cual ejercería la segunda actividad. 2C

Parágrafo Único. Los cargos de Jefes de Redacción y Jefe de Información, son absolutamente incompatibles con el ejercicio simultáneo de Relaciones Públicas, en organismos públicos o privados y asesorías de prensa de todas las fuentes periodísticas.

Artículo 22. El periodista no deberá divulgar como información lo que tiene carácter comercial o publicitario sin identificarlos claramente como tal.

.

Artículo 23. El periodista no deberá prestarse al desplazamiento desleal de un colega en el cargo o fuente que desempeñe.

Artículo 24. El periodista no podrá aceptar un sueldo o salario inferior al mínimo establecido por el Colegio o en los controles sindicales laborales que estén vigentes en la oportunidad de cada caso. 2C

Artículo 25. El periodista denunciará las presiones de la fuente ante su empleador para ser removida de ella sin causa justificada. En caso que así sucediese, el Colegio Nacional de Periodistas asumirá su defensa. 2C

Capítulo IV

El periodista con su gremio

Artículo 26. El periodista tiene como deber imperativo utilizar sus esfuerzos personales para alcanzar el fortalecimiento y éxito del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 27. El periodista está obligado a fortalecer el espíritu de fraternidad, consideración y respeto mutuo que enaltece la profesión. No deberá promover el descrédito, ni atribuir intereses o propósitos que perjudiquen moral o materialmente a otros colegas.

Parágrafo Único. El trato indigno que afecte a un periodista será motivo de repudio y sanción por parte del gremio.

Artículo 28. El periodista debe denunciar a toda persona que incurra en el ejercicio ilegal de la profesión.

Artículo 29. El periodista está obligado a prestar apoyo a los colegas que sufran persecuciones o que sean víctimas de acciones violatorias de las leyes establecidas o de cualquier tipo de represión provocada por el ejercicio o defensa de la libertad de expresión y el derecho de todo ciudadano a la información. 1A

Artículo 30. El periodista tiene prohibido hacer público como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado. Ni prestar su nombre para amparar publicaciones o programas audiovisuales donde no tenga participación efectiva.

Artículo 31. El periodista sólo aceptará premios otorgados de acuerdo a las normas establecidas o aprobadas por el Colegio Nacional de Periodistas.

Capítulo V

El periodista con la empresa

Artículo 32. El periodista está unido a la empresa por las obligaciones derivadas de un contrato de trabajo. El periodista tratará de contratar en forma colectiva y acogerse a las decisiones sindicales donde existan. En consecuencia, sólo está obligado a responsabilizarse por su trabajo intelectual, apegado al presente Código de Ética y a los deberes señalados en la Constitución y las leyes de la República.

Artículo 33. El periodista rechazará de quienes ejerzan cargos o funciones de directivos empresariales presiones que le induzcan a transgredir el Código de Ética ni cualesquiera otras disposiciones que emanen de los órganos del Colegio Nacional de Periodistas o de las leyes de la República. 2C

Artículo 34. El periodista debe exigir de parte de la empresa respeto a sus creencias, ideas y opiniones, así como el material informativo que entrega como producto de sus esfuerzos y trabajo. Tampoco permitirá que se cambie el sentido o naturaleza del material informativo elaborado y entregado bajo su firma. 2C, 2D

Artículo 35. El periodista sólo podrá suscribir contratos individuales de trabajo, cuando ello signifique el logro de ventajas y reivindicaciones superiores a las establecidas en el contrato colectivo donde lo hubiere.

Artículo 36. El periodista debe asumir, conjuntamente con la empresa donde debe prestar sus servicios, responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que haya sufrido alteración ajena a la voluntad del redactor.

Parágrafo Único. El periodista tiene derecho a retirar su firma en una información si considera que por la intervención de la Redacción han sido puestos en duda la exactitud de los datos, deformadas declaraciones de terceros, o si injustificablemente fueron realizados cambios sustanciales.

Artículo 37. El periodista debe luchar por obtener el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja. 2C

Artículo 38. El periodista debe reivindicar su derecho a expresar sus puntos de vista en las secciones de opinión del medio para el cual trabaja aun cuando sean divergentes con la política editorial de la empresa. 2C, 2D

Artículo 39. El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa, un tratamiento ajustado a su dignidad y el valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad. 2C

Capítulo VI

El periodista con el Estado

Artículo 40. El periodista tiene el deber insoslayable de defender la Soberanía Nacional y la integridad territorial. En consecuencia, debe contribuir con su acción gremial en esta patriótica tarea, oponiéndose a toda prédica o campaña que contrarie el interés nacional, así como la paz y la amistad entre los pueblos.

Artículo 41. El periodista debe exigir del Estado la aprobación de una legislación que lo proteja contra los efectos del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación social.

Artículo 42. El periodista debe rechazar presiones que puedan ejercer gobiernos y grupos económicos, políticos o de cualquier otra índole para deformar, manipular o censurar informaciones. 2C

Artículo 43. El periodista tiene el deber de combatir sin tregua a todo régimen que adultere o viole los principios de la democracia, la libertad, la igualdad y la justicia.

Artículo 44. El periodista que trabaje para el sector público debe rechazar las presiones que pueda ejercer el Estado en el sentido de lograr una identidad ideológica. 2C

Artículo 45. El periodista y los órganos regulares del Colegio serán los únicos responsables de asegurar la observancia y vigilancia de estos principios éticos. En consecuencia, nada puede justificar la intervención de ninguna autoridad gubernamental para forzar su cumplimiento y sancionar a quienes violen el presente Código.

Capítulo VII

Disposiciones finales

Artículo 46. El periodista debe denunciar a cualquier persona, ente público o privado que atente contra los principios de la libertad de expresión y derecho a la información que tiene todo ciudadano, así como contra cualquiera de las normas del presente Código de Ética.

Artículo 47. El periodista debe lograr que el presente Código de Ética se mantenga en sitio público en todos los centros de trabajo, así como colaborar para que tenga la debida difusión y sea conocido, aceptado y practicado por todos los miembros del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 48. El periodista al ser admitido en el Colegio Nacional de Periodistas deberá prestar juramento solemne de que cumplirá fielmente este Código de Ética.

Artículo 49. El presente Código de Ética del Periodista Venezolano queda sancionado en la Primera Convención del Colegio Nacional de Periodistas, celebrada en la ciudad de Caracas, entre los días tres y cinco de septiembre de mil novecientos setenta y seis.

Artículo 50. El cumplimiento de este Código es obligatorio para todos los miembros del CNP y corresponderá a los Tribunales Disciplinarios su vigilancia y sustanciar las denuncias.

Código aprobado en la VII Convención Nacional del CNP celebrada en la ciudad de Mérida, Estado Mérida, junio 30 de 1988.

I.4. CÓDIGOS NO VIGENTES DE CHILE

I.4.1. Carta de Ética Periodística, del Colegio de Periodistas de Chile (1963)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Carta de Ética Periodística
Entidad de origen	Colegio de Periodistas de Chile
Fecha y forma de aprobación	1963
Fuente	Recogido en Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 362-364.

CARTA DE ÉTICA PERIODÍSTICA

- 1) El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, del entendimiento mutuo, de los derechos humanos y de los ideales de perfeccionamiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. 3A
- 2) Es deber imperativo del periodista evitar, por todos los medios, que se dicten disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de prensa. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán contribuir a su derogación. 2B
- 3) El periodista está obligado a prestar amparo a todos los profesionales que sufran persecuciones injustas al margen de las leyes establecidas. También le está vedado denigrar a otros periodistas con ataques para silenciar sus campañas o suponer en ellas intereses o propósitos maliciosos.
- 4) El periodista debe anteponer la responsabilidad moral a cualquier otra. Su misión es informar correctamente y comete un atentado contra la ética cuando informa deliberadamente mal, cuando calla una noticia por intereses de cualquier especie o cuando la tergiversa. (a2)-2A
- 5) El derecho de informar no deberá ser usado nunca en detrimento de la colectividad o de los individuos, ya sea en el orden físico, moral, intelectual, cultural o económico. 4D
- 6) Quedan excluidas de toda clase de medios informativos:
 - a) La inmoralidad u obscenidad;
 - b) El empleo de expresiones vulgares o los ataques injustificados a la dignidad, honor o prestigio de los individuos, instituciones o grupos; 4D
 - c) El descrédito de la vida privada de las personas salvo que la conducta de ellas exija la divulgación de sus actos, por razones judiciales o de sanción pública; 4D
 - d) La injuria, la calumnia, el chantaje contra individuos, instituciones o grupos; y 4D
 - e) La discriminación racial, nacional, religiosa o ideológica, o alguna otra referencia que pueda ofender a terceros, sean personas o colectividades. 4D
- 7) El periodista debe guardar el secreto de sus fuentes de información y respetar la confianza que se le otorga al poner en su conocimiento antecedentes reservados. El periodista que se haya comprometido a mantener en forma confidencial hechos o informaciones, no debe darlos a conocer, salvo que ello sea absolutamente necesario, en bien del interés general. 2C
- 8) No deben publicarse por adelantado noticias o fotografías suministradas para su publicación en una fecha precisa.
- 9) Las noticias deben presentarse en forma objetiva, sin desnaturalizarlas para expresar opinión o favorecer fines lucrativos. El periodista debe negarse a publicar avisos en forma de crónica, de fotografías o de emisiones radiales o televisadas, sin que se presenten de modo que justifique su carácter comercial.
- 10) Los titulares deben guardar congruencia con el texto de la noticia sin alterar este último en modo alguno.
- 11) Las rectificaciones deben entregarse al público en los plazos legales, sin entorpecer el derecho de respuesta. 5C
- 12) Los periodistas deberán abstenerse de recibir premios o compensaciones en dinero, a través de concursos o por decisión de terceras entidades, cuando ellas provengan de servicios públicos o municipales, o de instituciones de cualquier naturaleza que los beneficiados deben fiscalizar en el ejercicio de su profesión. Los periodistas solo podrán optar a premios o galardones asignados exclusivamente en mérito de su competencia y cuando ellos sean discernidos por jurados de carácter estrictamente profesional, designados por el Colegio de Periodistas o por organismos gremiales de periodistas. 2C

I.3.3. Carta de Ética Periodística, del Colegio de Periodistas de Chile (1968)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Carta de Ética Periodística
Entidad de origen	Colegio de Periodistas de Chile
Fecha y forma de aprobación	1968
Fuente	Recogido en Porfirio Barroso Asenjo (1984): <i>Códigos deontológicos de los medios de comunicación</i> . Madrid: Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino, pp. 73-75 y en Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 364-368.

CARTA DE ÉTICA PERIODÍSTICA

- 1) El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, de la justicia social, de los derechos humanos, de los ideales de perfeccionamiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. 3A
- 2) Es deber imperativo del periodista evitar por todos los medios que se dicten disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán contribuir en favor de su derogación. 2B
- 3) El periodista está obligado a prestar amparo a todos los profesionales que sufran persecuciones injustas o al margen de las leyes establecidas, como asimismo a aquellos que sean juzgados en virtud de disposiciones legales que el Colegio de Periodistas estime lesivas a la libertad de expresión y por cuya derogación lucha.
- 4) Ningún periodista podrá hacer uso de leyes que lesionen la libertad periodística ni aún a pretexto de hacerlo fuera del ejercicio profesional. 2B
- 5) Al periodista le está vedado denigrar a otros periodistas con ataques personales para silenciar sus campañas o suponerles intereses o propósitos maliciosos. Si un periodista tiene dudas sobre el proceder de alguno de sus colegas, debe poner los antecedentes en manos del Colegio de Periodistas. En todo caso, solo los organismos competentes son los encargados de juzgar al infractor. Toda publicidad no autorizada por éstos debe ser considerada una falta grave.
- 6) El periodista no debe referirse a otro periodista en términos desdorosos [sic] a su calidad profesional, ni con alusiones destinadas a menoscabar su carácter de tal. Tampoco podrá atacar públicamente las resoluciones del Colegio ni menospreciar sus normas.
- 7) El periodista no deberá aceptar presiones de sus empleadores para que falte a la verdad. El Colegio prestará amparo a quien sea perseguido por defender los principios de esta Carta. Queda vedado a los periodistas que ejerzan cargos directivos inducir a sus colegas subalternos a que transgredan las normas ético-profesionales. Se estimará como acto muy grave la comisión de esta falta. 2C
- 8) El derecho a informar no deberá ser usado nunca en detrimento de la colectividad o de las personas, ya sea en el orden físico, moral, intelectual, cultural o económico. 4D
- 9) Serán consideradas faltas graves a la ética profesional periodística, y su comisión deberá ser sancionada severamente: 5B
 - f) El periodismo que utilice la obscenidad u otras formas de inmoralidad como atractivo mercantil;
 - g) El empleo de expresiones groseras;
 - h) Los ataques injustificados a la dignidad, honor o prestigio de las personas, instituciones o grupos; 4D
 - i) El descrédito de la vida privada de las personas, salvo que la conducta de ellas exija la divulgación de sus actos por razones de sanción pública; 4D
 - j) La injuria, la calumnia, la presión moral y el chantaje contra personas, instituciones o grupos; 4D
 - k) La discriminación racial, nacional, religiosa o ideológica, o alguna otra referencia que pueda ofender a terceros, sean personas naturales o jurídicas. 4D
- 7) El periodista debe guardar el secreto de sus fuentes de información y respetar la confianza que se le otorga al poner en su conocimiento antecedentes reservados. El periodista que se haya

comprometido a mantener en forma confidencial hechos o informaciones, no debe darlos a conocer ni pública ni privadamente. 2C

- 8) El periodista no podrá publicar por adelantado ningún material periodístico suministrado para su publicación en una fecha precisa.
- 9) Las noticias deben presentarse en forma objetiva, sin desnaturalizarlas para expresar opiniones determinadas o favorecer propósitos lucrativos. Los comentarios, columnas o editoriales deberán fundarse en hechos verdaderos, quedando sujetos sus autores a las mismas normas que rigen para el redactor de informaciones noticiosas.
- 10) Los titulares deben guardar congruencia con el texto de la noticia sin alterar este último en forma alguna, de modo que el lector o auditor no sea inducido a confusión o engaño.
- 11) El periodista deberá negarse a publicar avisos de crónicas, de fotografías o de emisiones radiales o televisadas, sin que las presente de modo que su índole comercial aparezca claramente identificada. Esta presentación deberá ser necesariamente diferente a la que se usa para las noticias o comentarios periodísticos.
- 12) El periodista que trabaje en agencias de publicidad o en departamentos publicitarios de órganos de difusión, como asimismo quienes dirijan estos medios, deben tener presente las disposiciones éticas de la presente Carta y las siguientes específicas para la publicidad:
 - a. La publicidad debe estar al servicio de la verdad;
 - b. La verdad debe ser expresa de manera que no quepa la menor duda acerca de sus alcances;
 - c. La publicidad no debe fundarse en la detracción de los competidores ni en las ofensas al pudor, las buenas costumbres o la moral;
 - d. El publicista debe ser leal con la opinión pública, y no debe hacer nada que sirva para engañarla; y
 - e. El publicista no debe valerse de sus conocimientos para explotar la ignorancia o la credulidad de los consumidores.
- 13) Existe incompatibilidad entre los cargos de relaciones público y de periodista cuando éste desempeña funciones de jefatura en un medio periodístico de información. Se hará excepción en el caso de que dicho medio informativo tenga un carácter especializado ajeno en absoluto a las relaciones públicas del periodista.
- 14) Toda persona aludida en un medio de difusión tiene derecho a responder y los periodistas deben garantizar el más amplio ejercicio de esa facultad. Las rectificaciones deben entregarse al público en los plazos legales y sin adulteración en el texto. 5C
- 15) Los periodistas deberán abstenerse de recibir premios o compensaciones en dinero, a través de concursos o por decisión de terceras entidades, cuando ello provenga de servicios de instituciones de cualquier naturaleza que los beneficiados deben fiscalizar en el ejercicio de su profesión. 2C
- 16) Los periodistas solo podrán optar a premios o galardones asignados exclusivamente en mérito de su competencia y cuando ellos sean discernidos por jurados de carácter estrictamente profesional, designados por el Colegio de Periodistas. 2C

La institución de tales premios deberá ser autorizada expresamente por el Consejo Nacional de la Orden, en una decisión pública en que se explique claramente las bases para alcanzar los galardones.

- 17) Ningún periodista podrá solicitar donaciones para sí o destinadas a otros periodistas, ni tampoco aceptarlas, cualesquiera sean los motivos que se invoque. Toda acción de beneficio social que se estimare necesaria deberá ser autorizada por el Consejo Nacional de la Orden. 2C
- 18) Los periodistas deben exigir el cumplimiento de las leyes de sueldos mínimos y de los aranceles profesionales. Cometen falta grave a la ética quienes prestan servicios por sumas inferiores a las establecidas. Lo mismo se aplica a los periodistas que amparan tales transgresiones o que, en el ejercicio de funciones directivas, imponen a su personal remuneraciones inferiores a las legales. 2C

Corresponde al Colegio fijar la política de remuneraciones de los periodistas. Ningún miembro de la Orden podrá objetar públicamente las decisiones de aquél al respecto. Toda observación solo deberá hacerse a través de los Consejos Regionales del Colegio y en forma privada. Los Consejos tendrán el deber de escuchar dichas observaciones y pronunciarse sobre ellas.

- 19) Cometen falta grave a la ética los directores, jefes de prensa de diarios, revistas, agencias noticiosas, radios, estaciones de televisión y demás medios de comunicación que contraten o permitan que personas no inscritas en el Colegio realicen habitualmente labores propias de la profesión de periodista.

I.4.3. Código de Ética, del Colegio de Periodistas de Chile (1994)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética
Entidad de origen	Colegio de Periodistas de Chile
Fecha y forma de aprobación	1994
Fuente	Recogido en Ma. del Mar López Talavera (1998): <i>Fundamentos éticos de la prensa en América Latina</i> [tesis doctoral]; Universidad Complutense de Madrid, inédita, pp. 406-413.

CCÓDIGO DE ÉTICA DEL COLEGIO DE PERIODISTAS DE CHILE

INTRODUCCIÓN

- (1) Ética periodística es la definición teórica y aplicación práctica permanente y obligatoria de normas conductuales y de procedimiento que deben observar los miembros de la Orden para que su actuación profesional sea correcta y socialmente útil.
- (2) La responsabilidad social inherente a su labor aumenta la necesidad de que los periodistas se atengan a lineamientos éticos generales y específicos y que cuenten con los instrumentos propios necesarios para velar por su cumplimiento. 5A
- (3) Los periodistas y los medios de comunicación social son importantes agentes socializadores. Tienen influencia decisiva en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad.
- (4) El masivo acceso a información cierta, confiable, oportuna y permanente, fundamentalmente sin censura alguna, acerca de los derechos individuales y colectivos, como asimismo sobre el acontecer nacional e internacional, incide en la mantención [sic] y elevación de la dignidad y calidad de vida de las personas. Esto, a su vez, permite a todos los estratos de la ciudadanía, informarse, optar y participar en la toma de decisiones y actuaciones de la Nación. 1C, 3C, 3B
- (5) El error por desconocimiento del idioma o por falta de conocimientos previos acerca del tema o asunto sobre el cual se hace difusión profesional, puede conducir al periodista a la ofensa, el perjuicio o menoscabo de personas o estratos de la sociedad.
- (6) En su calidad de orientadores de la opinión pública, los periodistas y los medios tienen la responsabilidad de informar verazmente acerca de los hechos, las opiniones y actos de los distintos actores sociales y sus consecuencias. Es decir, los periodistas y los medios de comunicación social juegan el papel de mediadores entre la realidad y los receptores del mensaje que entregan. 3A

I. DEL DEBER SER DE LOS PERIODISTAS

Primero: Los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por el principio de la veracidad, entendida como una información responsable de los hechos. El ejercicio del periodismo no propiciará ni dará cabida a discriminaciones ideológicas, religiosas, de clase, raza, sexo, discapacidad, ni de ningún otro tipo, que lleven a la ofensa o menoscabo de personas naturales o jurídicas. 3A

Segundo: Es deber de los periodistas recurrir a todos los medios lícitos a su alcance, a fin de evitar que se dicten o apliquen disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión e información. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán trabajar a favor de su derogación. 2B

Tercero: Los profesionales de la Orden lucharán para que los directores, editores y otros directivos periodísticos de diarios, revistas, agencias de noticias, estaciones de radio y televisión y demás medios de comunicación, sean periodistas. Asimismo, los profesionales de la Orden preconizarán un mayor acceso para los periodistas en la toma de decisiones de las políticas informativas en los medios de comunicación u otras instancias de difusión. 2C

Cuarto: El derecho a informar deberá ser ejercido con resguardo de todas las consideraciones y normas éticas establecidas en este Código y, en consecuencia, jamás deberá ser usado en detrimento de la comunidad o de las personas. 4D

Quinto: Ningún periodista podrá hacer uso o invocar la aplicación de leyes que lesionen la libertad de expresión e información, ni aun a pretexto de hacerlo fuera del ejercicio profesional. 2B

Sexto: El periodista debe guardar el secreto de sus fuentes de información y respetar la confianza que se le otorga al poner en su conocimiento antecedentes reservados. 2C

Séptimo: El periodista que se haya comprometido a mantener en forma confidencial hechos o informaciones, no debe darlos a conocer ni pública ni privadamente. 2C

Octavo: El periodista no podrá publicar por adelantado ningún material periodístico suministrado para su publicación en una fecha y hora previamente determinadas.

II. DEL PERIODISTA Y SUS PARES

Noveno: El periodista debe prestar solidaridad activa a los colegas que sufran persecuciones o agresiones por causa de su ejercicio profesional, como asimismo a aquellos que sean juzgados en virtud de disposiciones legales que el Colegio estime lesivas a la libertad de expresión.

Décimo: Al periodista le está especialmente vedado denigrar a otros periodistas, ya sea por la vía de la descalificación personal o por otro medio que conlleve un descrédito profesional.

Undécimo: Si un periodista tuviese fundados reparos o dudas respecto del proceder ético de algún colega, debe poner los antecedentes en conocimiento de las autoridades nacionales o regionales de la Orden, las que derivarán el caso de acuerdo con los procedimientos vigentes. Toda publicidad intencionada de la denuncia, hecha con anterioridad a la emisión del fallo por parte de los organismos competentes, será considerada como falta.

Duodécimo: El periodista debe evitar toda expresión o alusión denigradora respecto de los organismos y/o normativas internas de la Institución. En caso de existir disensos con los acuerdos adoptados por el Consejo Nacional o cualquiera de las demás instancias de la Orden, éstos deberán canalizarse a través de las instancias propias del Colegio.

Decimotercero: Los periodistas deberán velar por el desarrollo y cumplimiento de los objetivos y tareas que conduzcan a la dignificación del periodismo y los periodistas.

Decimocuarto: El periodista debe colaborar y luchar por el fortalecimiento de la Orden.

Decimoquinto: Los periodistas reconocerán la potestad ética que sobre sus actuaciones como representantes del gremio ejerce el Colegio de la Orden.

III. DEL PERIODISTA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Decimosexto: El material gráfico y los titulares siempre deberán guardar concordancia con los textos que le corresponden, de modo que el lector, televidente o auditor no sea inducido a confusión o engaño.

Decimoséptimo: Los periodistas no podrán hacer uso de la informática, telemática y otras técnicas modernas de comunicación para introducir cambios sustanciales y dolosos en el contenido de material periodístico de un colega, sin la autorización expresa del autor, en especial si lleva su firma.

Decimooctavo: El periodista deberá negarse a publicar con el carácter de noticia cualquier material de índole comercial. En consecuencia, no podrá publicar textos, fotografías, material gráfico, emisiones radiales o televisadas de carácter publicitario, sin especificar claramente su naturaleza. Estas presentaciones deberán ser necesariamente distintas de las que se usan para los materiales periodísticos.

Decimonoveno: Existe incompatibilidad entre los cargos de Relacionador Público y de Periodista cuando éste desempeña funciones de jefatura en un cualquier medio de información. Se hará excepción en el caso de que dicho medio de información tenga un carácter especializado y totalmente ajeno al ámbito de las relaciones públicas que ejerza el periodista.

Vigésimo: Cometen falta a la ética los directores, editores y otros directivos periodísticos de diarios, revistas, agencias de noticias, radios, estaciones de radio o televisión y demás medios de comunicación que contraten o permitan el ejercicio del periodismo a personas que no están habilitadas para ello o que induzcan a otros periodistas a contravenir este Código de Ética.

Vigésimoprimer: Los periodistas lucharán por restablecer el derecho legal de la Orden para fijar los aranceles profesionales y, una vez logrado este objetivo, velar por su estricto cumplimiento por parte de las empresas, entidades o personas naturales propietarias de los medios de comunicación social.

Vigésimosegundo: Los periodistas deben luchar por el establecimiento de la cláusula de conciencia en su relación con las empresas periodísticas. Una vez alcanzado este objetivo, deberán velar por su estricto cumplimiento por parte de las empresas, entidades o personas naturales propietarios de medios de comunicación social. 2C

Vigésimotercero: El periodista rechazará y denunciará cualquier intento de presión que tenga por finalidad hacerle transgredir las normas de este Código. 2C

IV. DEL PERIODISTA Y LA SOCIEDAD

Vigésimocuarto: El carácter de la profesión exige que el periodista acepte y promueva la participación del público en los órganos de difusión. Debe garantizar el derecho a réplica y publicar las rectificaciones en los plazos legales y sin adulteraciones. 5C

Vigésimoquinto: Son faltas a la ética profesional:

- a. La participación en violaciones a los derechos humanos.
- b. La delación de un perseguido, al cual se ha tenido acceso a través del ejercicio profesional.
- c. La desinformación premeditada.
- d. La dictación o aplicación de normas de censura por parte de periodistas que ejerzan cargos de jefatura. De ser presionados a hacerlo, el Colegio estará obligado a prestarles todo su apoyo en la defensa de sus derechos y el cumplimiento de este Código. 2C
- e. El soborno, el cohecho y la extorsión. 2C
- f. El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual. 2C
- g. La difamación, la calumnia y la injuria. 4D
- h. Utilizar imágenes de personas que atenten contra su dignidad humana y las convierta en productos mercantiles. 4D

- i. Contravenir cualquiera de las normas y las recomendaciones contenidas en el presente Código.

Vigésimosexto: El periodista debe mantener un incuestionable respeto a la dignidad y vida privada de las personas, evitando dejarse tentar por las posibilidades de invasión de la intimidad que le ofrecen las nuevas tecnologías. Para esto se guiará por las definiciones y estipulaciones acerca de la materia consignadas en la legislación chilena y los instrumentos internacionales. 4D

La excepción a esta norma consiste en que la divulgación de actos privados sea necesaria por razones de sanción pública, de probidad funcionaria, o cuando al abrigo de la intimidad se esté violando el derecho a la integridad física, psicológica u otro derecho individual.

Vigesimoséptimo: El periodista debe salvaguardar la presunción de inocencia de los acusados mientras el tribunal competente no haya dictado sentencia. Del mismo modo, se abstendrá de identificar a las víctimas de delitos sexuales, cualquiera sea su edad o condición social –sin consentimiento de ellas- o a los menores de edad que hayan incurrido en delito. 4D

Vigésimoctavo: Es deber del periodista contribuir a la defensa de la naturaleza como un bien colectivo, y denunciar los hechos que generen la contaminación y destrucción ambiental en todos los ámbitos.

Vigésimonoveno: El periodista que trabaje en agencias de publicidad, en departamentos publicitarios de órganos de difusión o en cualquier empresa, servicio o institución relacionada con la comunicación social deberá regirse por las disposiciones de este Código.

Trigésimo: Los periodistas sólo podrán recibir premios o galardones periodísticos asignados en mérito de su competencia profesional, y cuando ellos sean discernidos con la participación directa o indirecta del Colegio de Periodistas. 2C

Artículo Transitorio

Artículo Uno: El Consejo Nacional del Colegio de Periodistas adoptará las medidas necesarias para elaborar un proyecto de reglamento que deberá ser aprobado dentro de un plazo máximo de sesenta días, contados desde la puesta en vigencia del presente Código.

26 de mayo de 1994.

I.1. CÓDIGOS VIGENTES DE PERÚ

II.1.1. Código de Ética Periodística del Colegio de Periodistas del Perú (1993).

Nombre	Código de Ética Profesional
Entidad de origen	Colegio de Periodistas del Perú
Fecha y forma de aprobación	25-28 de junio de 1993, Arequipa
Fuente	Texto publicado por el Colegio de Periodistas de Lima y la Universidad Inca Garcilaso de la Vega en 1994 y proporcionado por Amador Navarrete Canales, miembro de la Comisión Organizadora del Colegio de Periodistas del Perú (1981-1982) y profesor de la Universidad San Martín de Porres (Lima), el 4 de julio de 2007.

DATOS INFORMATIVOS

CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL

1.- El derecho a la información, al igual que la libertad de expresión y la crítica, son libertades fundamentales de todo ser humano. (1E)

2.- Del derecho del público a conocer los hechos y las opiniones proviene el conjunto de deberes y derechos del periodista. (1D)

3.- Los periodistas se imponen espontáneamente las reglas para el cumplimiento de la sagrada misión de informar. Este es el objeto de la declaración de deberes formulada en este CÓDIGO y no podrán, en todo caso, cumplirse plenamente dichas obligaciones si las condiciones concretas de independencia y dignidad profesional no se realizan. (2C)

Tal es el objeto de la declaración de derechos del Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú.

DECLARACIÓN DE DEBERES

Los deberes esenciales del periodista en la búsqueda, producción, narración y comentario de la noticia son:

1.- Buscar la verdad en razón del derecho del pueblo a conocerla, sean cuales fueren las consecuencias para sí mismo. (3A, 3C)

2.- Ajustarse a la más rigurosa veracidad en el trabajo, ser honestos y fieles cumplidores de la difusión de la verdad; brindar una información completa, que permita al pueblo orientarse correctamente sobre el acontecer económico, social, político, científico, cultural y deportivo. (3B)

3.- Defender la libertad de información y los derechos que esta implica; la libertad del comentario y de la crítica, la independencia y la dignidad de la profesión. (2B, 2C)

4.- Publicar informaciones y documentos cuyo origen haya sido plenamente verificado, sin suprimir, desnaturalizar, ni añadir hechos que puedan tergiversar la información.

5.- No utilizar métodos desleales para obtener informaciones o documentos. ()

6.- Rectificar toda información publicada que se revela materialmente inexacta. (5B, 5C)

7.- Guardar el secreto profesional sobre las fuentes de información. (2C)

8.- Respetar la vida privada de las personas, el honor, la buena reputación y su imagen, así como su intimidad familiar. (4D)

9.- No hacer acusaciones gratuitas o anónimas. (4D)

10.- El periodista debe estar siempre comprometido con la verdad, la justicia social, el respeto a los derechos humanos y la paz social. (2D, 3A, 4C)

11.- Es deber imperativo del periodista evitar por todos los medios que se dicten disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión. (2B)

12.- El periodista está prohibido moralmente de recibir cualquier ventaja o compensación en relación de la publicación o supresión de una información. (2C)

13.- El periodista debe sostener invariablemente una conducta moral conforme a los principios de nuestra sociedad.

14.- El periodista tiene el deber de proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad de su profesión, del medio y/o centro de trabajo en el cual labora y de las personas e instituciones, ejerciendo con decoro su profesión.

Está obligado a ser leal y consecuente con los principios y aspiraciones de su pueblo, de la comunidad y de la familia.

15.- Está prohibido de elaborar material informativo cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana. (4D)

16.- El periodista se guiará en su trabajo por el concepto del servicio público. Su función es social y dirigida al desarrollo integral del hombre y la sociedad. No podrá hacer uso de los medios de comunicación en función de intereses personales, familiares o particulares. (4C)

17.- El periodista practicará y preservará las relaciones fraternales y el respeto mutuo entre colegas y entre

órganos de prensa. En sus relaciones profesionales se esforzará por mantener el equilibrio dentro de una competencia leal.

18.- El periodista se solidariza con sus colegas que sufren persecuciones, por razones de su trabajo profesional y del ejercicio de la libertad de expresión.

19.- Todo periodista digno de este nombre observará estrictamente las reglas enunciadas en este CÓDIGO. Más aún, no admitirá, en materia profesional, otra jurisdicción que la del Colegio de Periodistas del Perú y rechazará toda injerencia en este dominio. (5A)

DECLARACIÓN DE DERECHOS

El respeto pleno de los deberes mencionados requiere que los periodistas tengan, al menos, los siguientes derechos básicos:

1.- Libre acceso a todas las fuentes de información y derecho a investigar sin trabas en todos los hechos de interés público. (1F)

2.- El periodista no podrá ser obligado a cumplir un acto profesional o expresar una opinión que fuese contraria a la verdad, su convicción o su conciencia. (2C)

3.- El periodista tiene derecho, por su función y sus responsabilidades, al beneficio de las convenciones colectivas y a que se le garantice derechos mínimos básicos como el de la salud, la seguridad social, la alimentación, la vivienda, condiciones adecuadas de trabajo, a la educación de sus hijos y a remuneraciones justas, así como el derecho a una muerte digna. (2C)

4.- El periodista tiene también derecho al respeto de la colectividad y de sus colegas cuando esté actuando de acuerdo con las normas éticas del presente CÓDIGO.

5.- Los periodistas están obligados a proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad profesional. Para ser dignos de la libertad de expresión no hay que incurrir en libertinaje. El único límite es el derecho ajeno. (1D)

DE LAS MEDIDAS DISCIPLINARIAS

Los periodistas están moralmente obligados a cumplir con las normas de este CÓDIGO. Las infracciones serán objeto de denuncia de oficio o a petición de parte ante el Tribunal de Honor Nacional o de su Consejo Filial.

El Colegio de Periodistas del Perú sancionará a los miembros de la Orden que en el ejercicio de la profesión falten al CÓDIGO DE ÉTICA PERIODÍSTICA.

Este CÓDIGO DE ÉTICA será remitido a todos los medios de comunicación y miembros de la Orden a fin de garantizar su estricto cumplimiento, incluso para quienes no sean miembros de la Orden y cumplan funciones periodísticas.

En cumplimiento del presente CÓDIGO, la colectividad podrá también acudir en queja al Colegio de Periodistas del Perú.

Arequipa, 25 de Junio de 1993.

II.1.2. Principios de Lima del Consejo de la Prensa Peruana (2000)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Principios de Lima
Entidad de origen	Consejo de la Prensa Peruana
Fecha y forma de aprobación	16-11-2000
Fuente	Obtenido en la página oficial de International Journalists' Network: http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=158604&LID=2 . Fecha consulta: 28-6-07.

PRINCIPIOS DE LIMA

PRÓLOGO

- 1.- El acceso a la información estatal es un derecho fundamental en una sociedad democrática. Debe de ser garantizado a todos los ciudadanos sin distinción alguna, ya que constituye la institución elemental de su ciudadanía. (1C, 1E, 4B)
- 2.- Todo ciudadano debe estar en condiciones de acceder directamente o a través de mecanismos periodísticos a esta información, y todos los organismos estatales están obligados a ofrecerla. (1E)
- 3.- El respeto de este derecho es una característica esencial en un buen gobierno, ya que la existencia de una ciudadanía informada estimula el escrutinio de las actividades de los representantes del pueblo y contribuye a la participación activa en el debate público. (1C)
- 4.- Efectivamente, toda información estatal es propiedad de los ciudadanos, y cualquier restricción en torno a su circulación, justificada por razones de seguridad nacional o para proteger la privacidad individual, debe ser exclusivamente excepcional, detalladamente argumentada e interpretada concisamente. (1E)
- 5.- Sin embargo, muchos gobiernos latinoamericanos que no son necesariamente dictatoriales o autoritarios, aplican en su ejercicio del poder una cultura de total hermetismo. El concepto de seguridad nacional ha estado tradicionalmente sometido a una amplia serie de definiciones ambiguas, por eso en la práctica el acceso básico a cuestiones de interés público es impedido. (nada)
- 6.- Esta práctica a menudo repercute incluso en los más sencillos niveles de la administración municipal o servicios sociales, afectando seriamente los derechos de los ciudadanos y convirtiéndose así en una de los principales obstáculos de la libertad de prensa.

PREÁMBULO

- 1.- AFIRMANDO que el derecho individual a la libertad de expresión y al acceso de información son fundamentales para la preservación de todas las sociedades democráticas y esenciales para el progreso, el desarrollo y beneficio de todos los derechos humanos. (1C)
- 2.- RECONOCIENDO que estos derechos son naturales, no habiendo sido concedidos ni otorgados por el Estado, y la protección de los mismos es un deber fundamental. (1E, 2B)
- 3.- RECORDANDO que los Instrumentos Internacionales y Regionales, los cuales garantizan y protegen estos derechos fundamentales, obligan a los estados a no sólo actuar de observadores sino también a promover universal y efectivamente el respeto de los derechos humanos.
- 4.- RECONOCIENDO que las iniciativas significativas adoptadas por la sociedad civil favorecen la ejecución de estos derechos, en especial la Declaración de Chapultepec, la Declaración de los Principios de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y los Principios de Johannesburgo.
- 5.- AGRADECIENDO los importantes esfuerzos realizados por los Reporteros Especiales para la Libertad de Expresión de las Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos por fomentar y proteger la libertad de expresión y el derecho a la información.
- 6.- SOSTENIENDO que es primordial que la gente tenga acceso a la información estatal en función de asegurar la credibilidad del gobierno y a fines de permitir la total participación popular en una sociedad democrática y de esta forma garantizar el provecho de los derechos humanos. (1C)
- 7.- CONSIDERANDO que la transparencia de la información reduce la posibilidad de abusos de poder. La libertad de información en un contexto de transición democrática puede contribuir a que se garantice la verdad, la justicia y la reconciliación. La falta de información es un componente negativo para las transiciones y reduce su credibilidad. (1C, 3D)
- 8.- RECALCANDO que los asuntos de seguridad nacional nunca justifican la violación de los derechos humanos. Cualquier tipo de restricciones a la libertad de expresión y al acceso a la información pueden ser solamente permitidas bajo las limitaciones particulares estipuladas en estos principios.

INTRODUCIMOS los siguientes principios y exhortamos a todas las autoridades oficiales e individuos del plano local, regional e internacional a comprometerse a adoptar las medidas necesarias para suscitar la difusión, aceptación y ejecución de estos principios.

PRINCIPIOS

1. Acceso a la información como derecho individual

Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir, acceder y difundir libremente información sin ser objeto de trabas por parte de las autoridades públicas, censura previa, o restricciones indirectas asociadas al abuso de control de las autoridades oficiales. Los individuos no tienen ninguna obligación de justificar la solicitud de determinada información para ejercer este derecho. El acceso a la información es un derecho individual y necesario para una sociedad democrática. El derecho comprende tanto a quienes buscan activamente información como a quienes esperan recibirla a través de los medios masivos de comunicación y canales oficiales. (1C, 1F)

2. Acceso a la información

Toda persona tiene el derecho de exigir responsabilidad en la labor de la administración pública, de los poderes de gobierno en general y de las organizaciones de servicio público. A fines de llevar a cabo esta tarea eficientemente, el pueblo exige acceder a la información oficial. Se les debe exigir legalmente a las autoridades a que suministren la información en tiempo y forma. Es responsabilidad del gobierno crear y mantener registros públicos de una manera seria y profesional a efectos de facilitar el ejercicio efectivo del derecho a la información. Los registros no deberían ser arbitrariamente eliminados. Esto, a su tiempo, merece la implementación de una política de estado que preserve y establezca un record corporativo dentro de las instituciones gubernamentales. (1C)

3. Transparencia y Desarrollo

El acceso a la información es fundamental para el escrutinio y para favorecer el debate en torno a la actividad gubernamental, esenciales condiciones no sólo para la transparencia de la acción gubernamental y de la administración, sino también para evitar casos de corrupción y abuso de poder. Este derecho habilita a los ciudadanos a participar en asuntos de estado, en la toma de decisiones y en particular, permite definir las responsabilidades del funcionario público; la evaluación objetiva de los hechos y la formación de opinión en función de incrementar la participación en la vida política, económica, social y cultural del país. (1C)

4. Las Obligaciones de las Autoridades

La información es propiedad de los ciudadanos. No es propiedad del Estado y los gobiernos están obligados a otorgar el acceso a la información; el gobierno maneja información solamente en su carácter representativo de la ciudadanía. El Estado y las organizaciones de servicio público están obligadas a respetar y garantizar el acceso a la información a todos los individuos y a adoptar las medidas legislativas necesarias u otros recursos para promover el respeto de este derecho y asegurar su reconocimiento y ejecución. Es obligación del Estado actuar con debida diligencia para fomentar el acceso a la información; mediante la identificación de quiénes deberían proveer información; previniendo acciones en las que se niega revelarla, sancionando a quienes cometen infracciones y promoviendo una cultura basada en la franqueza y la transparencia. (1E)

5. Periodismo y Acceso a la Información

Los gobiernos están obligados a garantizar y respetar el ejercicio del periodismo y la libertad de los medios de comunicación. En apoyo a la libertad individual para la información, se les debe garantizar a los periodistas las condiciones e instalaciones para acceder a la información y el derecho de difundirla durante el ejercicio de su profesión. Aquellos funcionarios que interfieran deben ser sancionados. (2C)

6. Amparo de las Fuentes de los Periodistas

Ningún periodista debería de ser obligado por funcionarios judiciales u otra autoridad pública a revelar a sus fuentes de información, incluyendo el contenido de notas o archivos profesionales o personales. (2C)

7. Legislación sobre el Acceso a la Información

Las leyes, decretos y reglamentos que establecen el derecho a la información deben especificar que toda persona posee este derecho y garantizar una transparencia absoluta; que la información debe de ser presentada en el formato solicitado por el interesado o en su formato original; que los costos de búsqueda, el subsiguiente proceso y transmisión de la información serán asumidos por el interesado pagando una tarifa que no debería superar el costo del servicio; que los plazos para conferir información deberían ser razonables y oportunos.

8. Excepciones al Derecho de Acceso a la Información

Las excepciones al acceso de información pueden ser legítimamente reguladas sólo por la constitución y por la ley de acuerdo a los principios de una sociedad democrática y sólo en donde estos estatutos son necesarios para proteger un interés legítimo en materia de seguridad nacional o en cuanto al legítimo derecho a la privacidad del individuo. No será posible mantener información secreta bajo la protección de reglamentos

que no hayan sido publicados. Toda persona o funcionario que niegue el acceso a la información tendrá que justificar dicha acción por medio de una respuesta escrita y demostrar que su negativa se encuentra amparada dentro de las limitadas categorías que hacen referencia a las excepciones. En caso de que la solicitud fuese presentada por un particular, una autoridad imparcial y competente debería analizar tal negativa y podría ordenar el acceso a la información.

La retención de información bajo el escudo de una definición imprecisa y vaga en torno a la seguridad nacional es inaceptable. Cualquier restricción en torno a la seguridad nacional será solamente válida cuando procure defender la integridad del territorio del país y bajo circunstancias particulares de violencia extrema que amenacen colapsar el orden democrático. Toda restricción fundada en cuestiones de seguridad nacional no es legítima si su cometido es proteger los intereses del gobierno en vez de los intereses de la sociedad en su conjunto.

Leyes relacionadas a la privacidad pueden llegar a no impedir o restringir la investigación y difusión de información de claro interés público

La Ley, habiendo definido categorías específicas de información clasificada debe establecer plazos razonables y procedimientos correspondientes para hacerla pública tan pronto como los intereses de seguridad nacional lo permitan. Bajo ningún concepto, la información puede permanecer clasificada indefinidamente. (2D)

9. Amparo a los informantes

Si el interés público en saber determinada información supera las consecuencias de la desclasificación, ningún funcionario público u otra persona pueden ser objetos de sanciones por haber franqueado dicha información, incluso cuando se trata de información clasificada o restringida. En estos casos los individuos pueden ser provistos de protección especial.

10. Protección legal del Derecho de Acceso a la Información

La autonomía e independencia del poder judicial son fundamentales para garantizar el derecho de acceso a la información pública. En casos en donde existen negativas de parte de las autoridades o funcionarios para desclasificar información o restricciones para utilizarla, es imprescindible que la justicia actúe inmediatamente para proteger este derecho y generar confianza y transparencia pública en el ejercicio del poder. Además de estos mecanismos legales de protección se encuentra el derecho a solicitarle a otras instituciones, tales como la Oficina del Ombudsman y otros organismos transnacionales, que protejan éste y otros derechos.

Todo reglamento que viole estos principios debería ser anulado.

II.1.3. Código de Ética de la Federación de Periodistas del Perú (2001)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética
Entidad de origen	Federación de Periodistas del Perú
Fecha y forma de aprobación	27 y 28-10-2001, Huamaní
Fuente	Obtenido en la página oficial de la Federación de Periodistas del Perú: http://www.omco.org/fpp/codigo_etica.htm . consulta: 16-2-08.

CÓDIGO DE ÉTICA

PRESENTACIÓN

En un momento histórico de profunda crisis moral, donde la pérdida de los valores y hasta la apología de conductas que inducen a la visión de una sociedad que santifica el maquiavelismo mercantilista y utilitario, como modelo de éxito, surge como una formidable respuesta y barrera de contención, el flamante "Código de Ética Periodística" de la federación de Periodistas del Perú.

La preocupación por tomar conciencia, cumplir y hacer cumplir normas deontológicas a los periodistas por una institución tan importante, respecto a la conducta profesional y moral de sus miembros, refleja una gran

responsabilidad social y respeto por los efectos tan sensibles que tiene en la comunidad social, constante flujo de información que da origen y contribuye a moldear la conciencia ciudadana.

La autorregulación ética de los periodistas representa no sólo una medida indispensable para su labor profesional, si no su ejercicio a través de las noticias, tener un diagnóstico exacto del pulso y bienestar del cuerpo social que es el país, y además contribuir a la educación cívica y orientación del ciudadano. Es así cumplir un deber social.

La ejemplar decisión de la Federación de Periodistas del Perú, es además una garantía del ciudadano común de ser respetado en sus derechos, a recibir información veraz, a tener en el periodista un aliado en la defensa y cautela de sus derechos básicos y en el respeto de los valores culturales y sociales de su nacionalidad.

El Código de Ética Periodística, viene a ser también un valioso esfuerzo para la recuperación de la credibilidad quebrantada por el sensacionalismo, la grosera manipulación de la verdad y la tergiversación interesada de los hechos mediante el engaño o la mentira impresa en papel, o difundida en los medios electrónicos.

El Código de Ética del periodista, es pues el soporte de la responsabilidad y la buena fe en la misión del periodista, que nos pone en contacto con la vida misma de la sociedad y del mundo.

Así el periodista, logrará mantener ese respeto, que como fedatario de la opinión pública, llevó a definir su dedicada labor, como la más noble de las profesiones.

La Universidad Alas Peruana, ha decidido contribuir con los periodistas en la excelsa tarea de asumir con dignidad sus deberes y obligaciones en un código de ética para difundir su contenido y de esta forma restituir la calidad y el valor de la información como insustituible bien social.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Estamos convencidos del valor de la Libertad de Prensa en todas sus formas en que se le considere y cualquiera sea el medio empleado. Su práctica responsable es una de la mayores garantías para el Estado de Derecho, la democracia, la justicia, la paz y los derechos humanos.

Para asegurar el fiel cumplimiento de los deberes y los derechos del periodista, así como de las empresas a cargo de los medios de comunicación social, no es suficiente la ley como expresión de Derecho Positivo. La experiencia demuestra que muchas veces la ley trastoca su natural aspiración de lo justo. O el Estado pretende asumir el papel de orientador acerca de cómo se debe ejercer cada una de las importantes funciones de la prensa.

Es entonces cuando se advierte la conveniencia que los propios periodistas y los medios de comunicación social se impongan espontánea, conscientemente, reglas de conducta profesional que regulen el trabajo y sirvan para su auto-disciplina, sobre la base de lo más perfecto que puede tener el hombre: la moral. Y ello porque es imposible negar que se suele transgredir esta norma en perjuicio de las personas y de la sociedad, destinataria directa del servicio de la prensa.

Consecuentemente se escogen fórmulas que se agrupan, como en el presente caso, en Códigos de Ética. Su existencia, sin embargo, no ha de ser sólo formal sino funcional, efectiva, real, llevada a la práctica. Su propósito no es asignar sanciones -ojalá no fueran necesarias- sino evitar la contravención de la guía ética, la cual debe prevalecer sin declinar, para que la prensa cumpla debidamente su inigualable servicio de interés público.

El incesante adelanto tecnológico -a veces con una notoria *s o b e r b i a*-; el peligroso aumento de acontecimientos que desordenan la convivencia social, los avatares de la ocupación política que suelen perturbar el rol indagador y cautelante del periodismo, y la absurda, complaciente y a veces extraña intromisión de quienes desacreditan el fin superior del periodismo con su ejercicio venal, justifican suficientemente la redacción y puesta en vigencia de principios deontológicos inalterables que ayuden a dilucidar dudas, reconocer y respetar valores y resolver conflictos de conciencia respecto a lo que se debe hacer frente a hechos y circunstancias diversos. En especial a lo que atañe a la información, campo amplísimo y determinante, complicado y decisivo en la labor de la prensa, en la cual hay que poner la máxima calidad profesional, la más pura y acendrada vocación, el desprecio razonable al peligro, y la ética más exigente.

Es oportuno asumir conjuntamente el reto de aplicar una sólida orientación ética capaz de contribuir a que la prensa satisfaga con toda amplitud y cabalidad su rol de auténtico primer poder de los Pueblos Libres y no como equivocadamente se la considera, el Cuarto Poder del Estado.

El Código de Ética Periodística sirve para conservar el equilibrio, un estado armónico confiable entre la realidad de lo que ocurre y cómo tiene que expresarse, manteniendo el prestigio que jamás ha de perder la prensa como institución federada y de orientación pública.

Estamos convencidos de que el periodista tiene el deber ineludible de ser digno de la confianza de la sociedad y de la credibilidad que ha de merecer su palabra. Un asidero seguro consideramos que puede ser el presente Código de Ética Periodística que proponemos, y que sea respetado, valorado y, su aplicación requisito "sine qua non" para evitar hechos como los siguientes:

A.- Que cualquiera se atreva a fungir de periodista. No es lo mismo ejercer el derecho que tiene toda persona a expresar su pensamiento, sus ideas y opiniones, que hacerlo asumiendo --y comprometiendo a veces gravemente- la alta condición profesional que no se tiene, ya sea por la falta de formación en la especialidad o por evidente carencia de ética.

B.- Que se complazca -por error o a propósito - la sinrazón de "darle al público lo que le gusta" y ofrecer, mediante la prensa, sensacionalismo y vulgaridad.

C.- Que se descienda en la expresión y en la calidad del mensaje, con el fácil pretexto de llegar a las mayorías. Es deber irrenunciable de la prensa mantener su honorable rango. Es su obligación elevar el nivel cultural de los receptores y contribuir así a su educación.

D.- Que se utilice la acreditación como miembro de una institución gremial periodística, de un medio de comunicación social o de una empresa en la que se trabaja como periodista, para usufructuar de ello, solicitando y/o aceptando ventajas para sí mismo de tipo económico y/o material. Los medios de comunicación social deben ser muy exigentes y actuar con diligencia al acreditar a alguien como periodista. Es su responsabilidad comprobar la idoneidad. La Federación de Periodistas del Perú (FPP) está obligada moral y legalmente a revisar sus registros de afiliados y a la exigencia de depurar su padrón. Igual deber corresponde a los organismos que representan a los medios comunicación social. No todo lo que se imprime, filma, graba o transmite en cualquier medio de comunicación social tiene categoría periodística. Esto se logra por el mérito que le confiere el valor del mensaje y la atinada forma expresiva.

E.- Que se aproveche del ejercicio periodístico para insultar, calumniar, difamar, vejar, denostar, amenazar, divulgar hechos concernientes a la vida privada y a la intimidad, solicitar y/o aceptar recompensa a cambio del silencio o de la publicación de alguna noticia, y otras acciones contrarias a la ética periodística.

CAPITULO 1 NORMAS GENERALES

Art. 1.- Los periodistas están moralmente obligados a ejercer con **honestidad**. Deben **honrar su profesión y hacer que se le respete**. Hay que ser dignos de la Libertad de Prensa, considerando en ella las libertades de información, opinión, expresión en todas sus formas, investigación periodística, difusión del pensamiento, fundación de medios de comunicación social y programas periodísticos. No incurrir en libertinaje. No existe irrestricta libertad de prensa, **su límite natural es el derecho ajeno. (4D)**

Art. 2.- Los **periodistas federados** de todo el país se hallan sujetos a las normas de este Código de Ética Periodística. Su infracción será **sancionada** conforme a lo previsto en la parte correspondiente al tribunal de Honor. **(5A, 5B)**

Art. 3.- Los medios de comunicación social, las empresas periodísticas, así como las estaciones de televisión, de radiodifusión, de Internet, de comunicación virtual del país y otras, que difundan programas periodísticos, pueden adherirse, por convicción, a lo estipulado en este Código de Ética Periodística, conscientes de sus responsabilidad eminentemente social.

CAPITULO II ACTOS CONTRA LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Art. 4.- Son actos contrarios a la ética que debe tener todo periodista respecto a su profesión:

a) Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial. ()

b) Utilizar **intencionalmente documentos falsos y/o adulterados**, inclusive fotografías, filmaciones, disketes, casetes, grabaciones y otros. ()

c) No guardar el secreto profesional. La única excepción, singular, en que espontáneamente se puede revelar la fuente es cuando ésta falta a la verdad con dolor, lo cual produce **engaño al público**, haciendo que el periodista ofrezca una información descalificada, con grave riesgo de su solvencia profesional y ética.

d) Servirse de material periodístico ajeno, usurpando, sea inédito, confidencial o ya difundido -en cuyo caso es honesto citar las fuentes-.

e) Solicitar para sí u otro colega donación alguna, cualquiera sea la razón de necesidad que exista. Todo beneficio social para los periodistas que lo requieran es de cargo y responsabilidad de la respectiva Comisión de Asistencia. **(2C)**

f) Difundir como noticia de interés público lo que por su naturaleza es material publicitario, salvo en las secciones identificables que el medio de comunicación social designe exprofesamente para ello y que el público pueda reconocer como tales, igual comportamiento debe haber para los publi-reportajes.

g) Eludir la obligación moral de consagrar la vida a su profesión, y enaltecerla, consciente de que por su destino y bien social, ejerce el trabajo considerado el más peligroso del mundo. **(4C)**

h) Buscar y/o aceptar ventajas a costa de la profesión de periodista, al margen de las que son propias de su ejercicio moral. Hay que merecer el aprecio y el reconocimiento de la **sociedad, a la cual se sirve**. **(2C)**

i) No acogerse a la Cláusula de Conciencia si la empresa periodística o el medio de comunicación social en que se labora cambia su línea u orientación, con la cual no se coincide. Es ético mantener su propia convicción, lo contrario es inmoral y atenta contra el prestigio propio y profesional. Las creencias y criterios se fundamentan en principios superiores. **(2C)**

j) Descuidar -donde fuere que esté- la conducta personal y el aspecto físico. El periodista, además de respetar su propio prestigio, representa siempre a su gremio y al medio o empresa en la cual trabaja.

CAPITULO III

DEBERES PARA CON DIOS Y LA PATRIA

Art. 5.- Independientemente de la religión o creencias que se profese, y aún si se declara agnóstico, el periodista está moralmente obligado en su ejercicio profesional a honrar a Dios y los dogmas. Es su deber respetar las creencias religiosas aunque no las comparta.

Art. 6.- Es deber del periodista respetar y defender los intereses nacionales como bienes inalienables del Perú. Y honrar los símbolos patrios, así como la memoria de nuestros héroes, próceres y mártires. **(4C)**

CAPITULO IV

DEBERES PARA CON LOS COLEGAS

Art. 7.- Los periodistas federados se obligan mediante este Código de Ética Periodística a:

a.- Respetar el derecho de autoría. Citar las fuentes, no plagiar. **()**

b.- Considerar la reputación de los colegas. **()**

c.- Brindar ayuda y asistencia a los periodistas que sufran vejamen en el cumplimiento de su misión; a los que sean perseguidos, acosados o amenazados por causa de sus ideas y opiniones, o por investigar, descubrir y revelar actos de corrupción pública o privada que afecten al país, al Estado, a las **personas o a la sociedad en general**. Atender, en lo posible, a los colegas que se encuentren en exilio o que sufran carcelería por esas mismas causas y/o por motivos de índole política. **(2C)**

CAPITULO V

DEBERES PARA CON LAS EMPRESAS Y LOS MEDIOS

Art. 8.- Son actos contrarios a la ética profesional en este rubro:

a.- Revelar la fuente, datos, referencias, material de trabajo y otros que tengan condición de reservado.

b.- Pactar estipendio o haber inferior a lo establecido por la ley o al que corresponda por la clase y responsabilidad profesional de la labor periodística que se desempeñe y cargo que se ejerza. Esto fomenta la competencia desleal en el competitivo mercado de trabajo. Y la posibilidad de que personas que fungen de periodistas cumplan su cometido con algún propósito distinto de la profesión, con desmedro de ésta, de la calidad del trabajo y del prestigio del medio de comunicación social. (2C)

No se incluye en este caso a los estudiantes practicantes y/o Ciencias de la Comunicación, a quienes es deber orientar. Su número, sin embargo, ha de ser prudentemente incorporado por los medios de comunicación social y otras empresas en las cuales se realice trabajo de prensa, igualmente el tiempo de permanencia en tal condición.

CAPITULO VI DEBERES PARA CON LA SOCIEDAD

Art. 9.- El periodista está obligado a:

a.- La **intimidad**. Respetar el derecho de toda persona a su intimidad. La vida es inviolable, Salvo el caso extremo de bien y necesidad públicos. Ellas es patrimonio moral del titular y de su familia. Quién tiene cargo público no esta exceptuando de ser objeto del legítimo derecho de la información y la crítica. De parte de la prensa, si con su conducta pone en riesgo o desprestigia sus deberes de función. Considerar, siempre el valor de la persona humana. (2D, 4A)

b.- La **Verdad**.- El derecho de la información se ejercita sobre la base de la verdad que hay que buscar, investigar, encontrar y buscar, para asegurarse de ofrecer una versión fidedigna de los hechos, libre del concepto que pueda tener el periodista sobre ellos. La información debe ser imparcial y vertida con total independencia. (2C, 3B)

c.- La **Opinión**.- La opinión esta reservada a las secciones destinadas a la orientación del público y al periodismo interpretativo y como la crítica es un derecho y un deber irrenunciable, que también requiere de una ética escrupulosa. Orientar con razonamientos y firmeza indomitable, alentar, no espolpear, combatir, no herir, defender sin bocearse. Otros también pueden tener la razón.

d.- La **Moral**.- La difusión noticiosa no debe ofender la moral, las buenas costumbres, ni perturbar la tranquilidad a quién tienen derecho los receptores y el público en general. (4C)

e.- **No al Sensacionalismo**.- Ofrecer sin escándalo ni sensacionalismo la información necesaria sobre hechos trágicos, desagradables o que puedan lastimar las normales sentimientos humanos, ser muy cauto con la información relacionada con suicidios, violaciones y hechos negativos en los que estén involucrados, como víctimas o actores la mujer, los niños y adolescentes. No olvidar que diariamente, a cada instante, también ocurren hechos públicos que enaltecen a la persona humana y a la sociedad. Contribuir a ello, buscar y divulgar bueno la vida. (4C, 4D)

f.- **Cuidado con La Violencia**.- No sobreestimar los actos de violencia, terrorismo, narcotráfico, secuestro, asalto, inseguridad ciudadana y otros hechos, cuyos autores buscan generalmente protagonismo, "liderazgo", notoriedad con lo que se difunda limitarse a los hechos. Ser **muy prudente** con la información gráfica, ya sea esta impresa, televisiva o filmica. Cuando sea menester la interpretación de la noticia, antecedentes, consecuencias previsibles, referencias de los protagonistas y otros datos útiles para el mejor conocimiento de los hechos, hacerlo con tino. Respetar en todo momento la desgracia ajena, tener compostura ante la muerte. Promover la solidaridad, no la compasión. (4D)

g.- **No somos Jueces**.- No calificar "a - priori" al acusado, solamente la sentencia del juez determina la culpabilidad. Toda persona tiene derecho a que se le considere inocente hasta que no se le pruebe lo contrario. No lesionar a nadie con calificativos indecorosos, toda persona humana tiene derecho a un nombre propio y a que se le llame como tal. Aún el delincuente sigue siendo persona. (4D)

h.- Respetar la Inocencia Infantil.- Contribuir a mantener la inocencia de los niños y evitar difundir hechos que pongan en riesgo la niñez y a la juventud. Si es indispensable informar, hacerlo con la mayor mesura posible. Mas vale silenciar muchas noticias escabrosas, aunque "jalen" público y mejoren el "rating". Basta una sola que informe sin dañar. Ningún periodista ni medio de comunicación social deben aprovecharse de la incultura ni de la proclividad a lo morboso. Es inmoral propender a una mayor difusión y a elevar el "rating" explotando los instintos, la pornografía, las aberraciones, la privacidad y cualquier otro acto que ofenda la dignidad de la persona humana, así como el prestigio de la profesión de periodista y del medio de comunicación social. La familia y la sociedad deben confiar en la prensa, y éste merecerlo. Su ingreso a cada hogar es un privilegio que debe honrarse. **(4D)**

i.- El Valor de la Noticia.- La noticia es un **bien público** más que un factor de orden económico. Ha de valer por su contenido y por su forma de expresión. No tiene equivalencia de tipo comercial. **(1G)**

j.- Responsabilidad Compartida.- Periodistas, editores y empresas periodísticas comparten responsabilidad en bien de la **sociedad**. Es un deber salvaguardar permanentemente los derechos humanos, su defensa y restablecimiento, donde quiera que fuesen conculcados y quienes sean los que hagan y asimismo, promover su respeto. **(1C, 4C)**

k.- El Valor del Idioma.- Emplear debidamente el idioma, patrimonio cultural por excelencia. Su uso correcto y pulcro ayuda a elevar los niveles de educación. Lo contrario desnaturaliza el papel de la prensa y a causa desmedro en la calidad profesional del periodista. Es preferible evitar el condicional. En caso inevitable, ser prudente. Si hay seguridad de lo que se sabe, decirlo afirmativamente. Expresarse en condicional o con precauciones puede dar la impresión de duda o temor. Y cambios estados son incompatibles con la misión periodística. **(nada)**

l.- ¿Etnias o Razas?.- No tratar de razas referirse a las personas como seres humanos con idénticos derechos. **(4A)**

m.- Considerar a los Animales.- Cuidar a los animales e inducir el aprecio hacia ellos. Fomentar el cuidado de las plantas, el amor a la naturaleza y a la sólida y constante defensa del medio ambiente y a la ecología como factor de vida. Todo lo que existe es obra de Dios.

CAPÍTULO VII DEBERES DE LOS MEDIOS

Art. 10.- Reconocer y atender el derecho de quienes se consideren afectados por alguna publicación y/o transmisión en cualquier forma o medio de manifestar su respuesta, aclaración o rectificación, según sea el caso invocado. Si el medio de comunicación social se percata de error, es honorable la espontánea enmienda. **(5B, 5C)**

Art. 11.- Diferenciar lo estrictamente periodístico de lo comercial y publicitario. No recibir remuneración alguna por informaciones periodísticas; salvo los publrreportajes, suplementos encartes, los cuales deben identificarse claramente como tales. **(2C)**

Art. 12.- Respetar la libertad ideológica de su personal. No competer a las periodistas a investigar, recibir, fotografiar, filmar, grabar o destacar lo que es moralmente indebido según este Código de ética periodística y que pueda, además, atentar contra el deber y la lata finalidad social de la prensa. **(2C, 2E)**

II.2. CÓDIGOS VIGENTES DE ECUADOR

II.2.1. Código de Ética Profesional del Periodista de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador (1978)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética Profesional
Entidad de origen	Federación Nacional de Periodistas
Fecha y forma de aprobación	27 y 28-10-2001, Huamaní
Fuente	Obtenido en Milton Salvador (2004): <i>Comunicación Social. Leyes, Estatutos, Reglamentos y Códigos de Ética</i> . Quito, Editorial Quipus-CIESPAL, pp. 15-23.

CÓDIG DE ÉTICA PROFESIONAL DEL PERIODISTA

La libertad de expresión del pensamiento es derecho fundamental del hombre y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Constitución Política de la República, sancionada por el voto popular el 15 de enero de 1978 y es, por tanto, una necesidad vital del pueblo ecuatoriano, un derecho irrenunciable del periodista profesional y una obligación ineludible de los medios de comunicación social y del Estado. **1A, 1E**

(2) La libertad de expresión se plasma esencialmente en la libertad de información y de opinión, a través de los medios de la comunicación social. Este derecho es, en consecuencia, inalienable, por lo que le corresponde al periodista profesional su plena aplicación práctica, ya para satisfacer el anhelo comunitario de una información oportuna, veraz y objetiva, ya para contribuir a la correcta interpretación y orientación de los problemas en el complejo mundo en que vivimos, ya para ofrecer distracción constructiva y útil; ya, en fin, para reforzar e impulsar los programas y planes de desarrollo social y para luchar por la soberanía, independencia y dignidad nacionales. **1A, 3A, 3B**

(3) El periodista profesional debe cumplir en este contexto un rol esencial. Está obligado a ser leal y consecuente con los principios y las aspiraciones de su pueblo, de su comunidad y de su familia. No es ni puede ser neutral, porque en la sociedad humana es imposible esa neutralidad, como no sea para favorecer, directa o indirectamente, intereses antipopulares. Es y debe ser esencialmente objetivo, de manera especial para interpretar los acontecimientos de la vida diaria y darle a la información la categoría, el volumen, la importancia y la interpretación que realmente merece.

(4) La delicada tarea que cumple el periodista profesional le obliga también a ser altamente responsable con los principios universales de la convivencia pacífica entre los países del mundo y el respeto mutuo con los fundamentos sociales de su propio pueblo y sus legítimas aspiraciones y con las libertades y derechos de la persona humana. No puede, en consecuencia, prestarse para alentar acciones o planes que atenten contra estos principios fundamentales. Deberá ser ajeno al sensacionalismo irresponsable, a la mercantilización de la noticia o cualquier tipo de manipuleo de la información o de la opinión que falsee, tergiverse, niegue o limite la verdad. **1G, 3A**

(5) Personalmente el periodista profesional, así como tiene derecho a garantías y facilidades para el mejor cumplimiento de su función, está obligado a respetar los derechos de los demás y la integridad moral de las personas, especialmente su vida privada, y a guardar una conducta ejemplar que avalice precisamente su autoridad para informar, orientar, denunciar o exigir a través de los medios de comunicación social. **4D**

Vista esta Declaración de Principios, la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador dicta el siguiente **CODIGO DE ETICA PROFESIONAL** para normar la conducta profesional de los periodistas ecuatorianos:

Capítulo I

EL PERIODISTA Y LA COMUNIDAD

Artículo 1. - El periodista tiene la obligación de proporcionar a la comunidad una información objetiva, veraz y oportuna. **1A, 3A**

Artículo 2. - El periodista debe lealtad a las aspiraciones y a los valores fundamentales de su comunidad.

Artículo 3.- El periodista está obligado a promover el desarrollo integral del país, la educación, la ciencia, la cultura y a luchar por la liberación del hombre y los pueblos. **4C**

Artículo 4. - La comunidad tiene derecho a ser correctamente informada y el periodista está obligado a evitar la deformación y tergiversación de las informaciones. **1A**

Artículo 5.- El periodista no debe utilizar su profesión para denigrar o humillar la dignidad humana. **4D**

Artículo 6. - El periodista está obligado a respetar la convivencia humana. Le está prohibido preconizar la lucha racial o religiosa. Defenderá la supervivencia de los grupos étnicos y sus derechos a la integración y al desarrollo del país. **4C**

Artículo 7. - El periodista está obligado a defender el derecho y el ejercicio de la libertad de expresión de todos los sectores de la comunidad, especialmente de los marginados de la comunicación social. **1A**

Artículo 8. - El periodista está obligado a luchar por la comunidad en la que se desenvuelve y defender el equilibrio ecológico y el medio ambiente. **4C**

Artículo 9. - El periodista debe oponerse y denunciar las campañas promocionales y publicitarias que atenten contra los valores humanos y sociales de la comunidad. **4C**

Artículo 10.- El periodista tiene la obligación de utilizar correctamente los idiomas oficiales.

Capítulo II

EL PERIODISTA Y EL ESTADO

Artículo 11. – El periodista está obligado a defender la soberanía y la integridad territorial, sus símbolos patrios, su historia, su cultura y sus tradiciones.

Artículo 12. - El periodista exigirá del Estado una política nacional de comunicación que impida el monopolio de la información. **2D**

Artículo 13. - El periodista demandará del Estado la defensa de los derechos de los trabajadores, su capacitación, salarios justos, seguridad social y estabilidad. **2C**

Artículo 14.- El periodista exigirá del Estado la plena vigencia de la libertad de expresión, el libre acceso a las fuentes de información y el derecho del pueblo a una información objetiva, veraz y oportuna. **1A, 3B**

Artículo 15. – El periodista debe luchar para que el Estado garantice la plena vigencia de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista.

Artículo 16. - El periodista debe rechazar cualquier presión del Estado que pretenda obligarle a adoptar determinada posición o identidad política, religiosa o ideológica. **2C**

Artículo 17. -El periodista debe impulsar y promover los programas del Estado destinados a fomentar el desarrollo integral del país.

Artículo 18. - El periodista luchará por la plena vigencia de los derechos humanos y se manifestará contrario a los regímenes fascistas o que no respeten la dignidad humana. **4C**

Capítulo III

EL PERIODISTA Y LA FENAPE

Artículo 19.- El periodista debe cumplir y hacer cumplir este Código, la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, los Estatutos, Reglamentos, así como las resoluciones de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, FENAPE.

Artículo 20.- El periodista será leal limitante de la FENAPE y defensor de los principios profesionales.

Artículo 21.- El periodista está obligado a fomentar la fraternidad y el respeto mutuo entre colegas.

Artículo 22.- El periodista está obligado a defender a sus colegas que, en razón de su ejercicio profesional o creencias políticas, ideológicas o religiosas, sufrieran persecución, cárcel, tortura, exilio o cualquier otro acto represivo del sector público o privado que atente contra su libertad y dignidad.

Artículo 23.- Al periodista le está prohibido promover o participar en actos contrarios a la Federación Nacional de Periodistas.

Capítulo IV

EL PERIODISTA Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

Artículo 24.- El periodista guardará estricto secreto en el ejercicio de su profesión respecto de las fuentes de información. **2C**

Artículo 25.- El periodista debe verificar sus informaciones y recurrir a fuentes que garanticen una información veraz.

Artículo 26.- Le está prohibido al periodista recibir bienes o valores destinados a interferir o tergiversar su labor informativa y de opinión. **2C**

Artículo 27.- Le está prohibido al periodista utilizar prácticas desleales para desplazar a un colega y ocupar su puesto.

Artículo 28.- Al periodista le está prohibido aceptar remuneraciones inferiores al mínimo establecido por la ley.

Artículo 29.- El periodista denunciará ante la FENAPE las presiones que las fuentes ejerzan sobre el patrono para removerlo injustificadamente o impedir el ejercicio de su profesión. **2C**

Artículo 30.- Le está prohibido al periodista comunicar de mala fe informaciones que atenten contra la dignidad, el honor o el prestigio de personas, instituciones y agrupaciones. **4D**

Artículo 31.- El periodista está obligado a rectificar las informaciones probadas como falsas. Los rumores y las noticias no confirmadas deben identificarse y tratarse como tales. **5C**

Artículo 32.- Al periodista le está prohibido utilizar como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado, no prestar su nombre para amparar publicaciones o programas donde no tenga participación efectiva.

Artículo 33.- El periodista debe informar a su Colegio Provincial los casos de ejercicio ilegal de la profesión, a fin de que el Colegio denuncie el incumplimiento de la ley a las autoridades correspondientes.

Artículo 34.- Los periodistas que tienen funciones directivas no pueden ejercer acciones que perjudiquen a sus colegas subordinados por discrepancias políticas, ideológicas, religiosas, enemistad personal o consignas empresariales injustificadas.

Artículo 35.- Al periodista le está prohibido usar el anonimato, las publicaciones apócrifas y la divulgación de rumores falsos o tendenciosos.

Capítulo V

EL PERIODISTA Y LA EMPRESA

Artículo 36.- El periodista está obligado a velar porque se cumplan las disposiciones de la legislación laboral.

Artículo 37.- El periodista exigirá a la empresa respeto para sus creencias políticas, ideológicas y religiosas. **2C**

Artículo 38.- El periodista exigirá a la empresa respeto a su producción, cuyo sentido no podrá ser cambiado sin su consentimiento.

Artículo 39.- El periodista debe asumir conjuntamente con la empresa la responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que ésta haya sufrido alteración ajena a su voluntad.

Artículo 40.- El periodista debe propender a que se le reconozca el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaja.

Artículo 41.- El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa un tratamiento ajustado a su dignidad y al valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad. **2C**

Capítulo VI

EL PERIODISTA Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Artículo 42.- El periodista está obligado a cumplir las decisiones y acuerdos que la institución tome estatutariamente en sus relaciones internacionales.

Artículo 43.- El periodista debe luchar por la libertad de los pueblos, contra el colonialismo, el neocolonialismo y toda forma de discriminación ideológica, religiosa y racista.

Capítulo VII

DISPOSICIÓN FINAL

Artículo 44.- El presente **CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL** fue aprobado por el Comité Ejecutivo Nacional de la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, en la ciudad de Cuenca, el 17 de noviembre de 1978.

No. 1932

EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

CONSIDERANDO

Que la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador ha presentado para conocimiento de este Portafolio el Código de Ética del Periodista Profesional;

Que es necesario que esta clase profesional cuente con un instrumento que regule sistemáticamente los derechos y obligaciones morales a que tienen que sujetarse en el diario desenvolvimiento de sus labores; y,

En cumplimiento a lo dispuesto en el Artículo 6 de la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, publicada en el Registro Oficial No. 900, de 30 de septiembre de 1975,

A C U E R D A

Aprobar el **CÓDIGO DE ETICA DEL PERIODISTA PROFESIONAL** presentado por la Federación Nacional de Periodistas del Ecuador, para obtener una justa y real aplicación de los principios prescritos en el cuerpo legal sobre la materia.

Comuníquese y publíquese. En Quito, a 25 de enero de 1980.

f) Dr. GALO GARCÍA FERAUD, Ministro de Educación y Cultura.

Publicado en el Registro Oficial No. 120, de 4 de febrero de 1980.

II.3. CÓDIGOS VIGENTES DE COLOMBIA

II.3.1. Código de Ética del Círculo de Periodistas de Bogotá (2006)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética Profesional
Entidad de origen	Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB)
Fecha y forma de aprobación	31 de agosto de 2006
Fuente	Recogido en el sitio oficial del CPB: http://www.cpb.org.co/CODIGO_ETICA_2006.pdf , consulta: 28-4-08.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL CÍRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ

PREÁMBULO

(1) La Libertad de Prensa es premisa básica para que la sociedad tenga conocimiento veraz y oportuno de la realidad. Por lo tanto, debe ser mantenida a salvo de toda intrusión o coacción de cualquier forma de interés o poder, sea público o privado, económico o político. **2B, 3C**

(2) El acceso a la información constituye uno de los derechos fundamentales de ser humano. La libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con los más altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión. **1E, 2A**

(3) La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de manera veraz y su única subordinación ética será para con el público al que sirve. **3A** Quienes trabajan en los medios de comunicación se obligan a propender por el respeto a la dignidad humana, promover el uso de métodos pacíficos, ejercer la tolerancia y el pluralismo.

(4) El propósito de este Código de Ética es señalar a los periodistas unos principios de conducta fundados en los valores éticos de la profesión como base del compromiso de todos los que tienen responsabilidad en el proceso de informar: empresarios, directores, editores y reporteros, etc.

(5) La ética de la profesión establece la responsabilidad del periodista frente a la sociedad. Los principios que se derivan de ella son base del presente Código, de normas adoptadas por los mismos periodistas para ennoblecer su ejercicio profesional.

INFORMACIÓN TRANSPARENTE

- **ARTÍCULO PRIMERO.** La comunidad tiene derecho a una información veraz, equilibrada y oportuna y el periodista está en el deber de proporcionársela en estos términos. **1A**

1. Aunque resulten discutibles como términos absolutos la verdad y la objetividad, en el periodismo es imperativa y no negociable la buena fe. El contenido de la noticia y de las opiniones, debe ser exacto en sus hechos y en su contexto.

2. Es necesario presentar las distintas caras de la noticia y procurar que, en donde haya más de una interpretación sobre los hechos, aparezcan todas las que sean relevantes.

3. El deber de informar se incumple:

- a) Por acción (noticia falsa).
- b) Por omisión (al guardar silencio sobre un hecho).
- c) Por aproximación (noticia tendenciosa).

4. La noticia debe quedar claramente diferenciada de las opiniones, comentarios y de la información comercial.

LAS FUENTES

- **ARTÍCULO SEGUNDO.** El periodista debe adoptar una actitud analítica frente a las fuentes, confrontarlas y comprobar sus afirmaciones. La lealtad del periodista es con la verdad y con el público, antes que con la fuente.

1. Es aconsejable que el receptor conozca la fuente de las informaciones. Esto otorga mayor credibilidad y fija una mayor responsabilidad sobre lo que se afirma. Sin embargo, el periodista puede comprometerse a guardar sigilo sobre sus fuentes de información, cuando la revelación de su nombre ponga en riesgo la seguridad personal o laboral de la fuente. **2C**

En todo caso, podrá sentirse exonerado de hacerlo cuando:

- a) Haya sido engañado por la fuente;
- b) ésta, por su propia voluntad, decida darse a conocer en determinada circunstancia.

El secreto profesional o reserva de la fuente, que es inviolable, tiene por objeto proteger de la exposición pública a la fuente; en ningún caso deberá amparar la falta de consistencia de la información ni releva al periodista de su deber de verificar los hechos.

En situación de conflicto, la verificación de fuentes será un trabajo en equipo entre Editores y/o Jefes de Redacción, periodista y director del medio, para blindar la verdad.

OBTENCIÓN DE LA NOTICIA

- **ARTÍCULO TERCERO.** La información deberá ser obtenida a través de medios legales y éticos. El fin no justifica los medios. Las razones de interés público deben prevalecer sobre los intereses privados en la búsqueda de la información. **4D**

CITAS Y TRANSCRIPCIONES

- **ARTÍCULO CUARTO.** El periodista debe contextualizar la información y evitar que las citas alteren el sentido de lo que transcribe; siempre deberá colocar entre comillas las palabras textuales.

- **ARTÍCULO QUINTO.** El plagio es una conducta contraria a los principios éticos. Siempre deberá darse crédito o citar la fuente de donde se tomó la información, salvo que haya reserva expresa de la fuente.

RECTIFICACIONES Y RÉPLICAS

- **ARTÍCULO SEXTO.** Es obligación del periodista y del medio rectificar inmediata y adecuadamente las informaciones inexactas, erróneas, falsas o incompletas, así no se haya exigido aclaración por parte del perjudicado, a quién además se respetará su derecho a la réplica. **5C**

SENSACIONALISMO

- **ARTÍCULO SÉPTIMO.** El sensacionalismo es una deformación interesada de la noticia, implica tergiversación, manipulación y engaño y, por lo tanto, atenta contra la credibilidad del medio periodístico y burla la buena fe de la sociedad. Por tanto el periodista debe:

1. Respetar la vida privada, la dignidad y la intimidad de las personas y sólo referirse a aquellos sucesos o circunstancias de carácter privado que adquieren claro interés público. **4D**
2. Abstenerse de explotar la morbosidad del público y la curiosidad malsana.
3. Observar especial cuidado en las informaciones sobre procesos judiciales ya que, incluso, sin incurrir en violaciones ilegales de la reserva sumarial, es posible influir en la condena o absolución de los inculcados.

FAVORES Y PRIVILEGIOS

- **ARTÍCULO OCTAVO.** La independencia del periodista es indispensable para su ejercicio profesional. **2C** En consecuencia, son prácticas contrarias a la ética, porque crean dependencia:

1. Usar su influencia, o la de su medio, para buscar ventajas personales o privilegios.
2. Recibir de la fuente que se cubre pagos, regalos o favores de cualquier índole, incluidos distinciones o premios, otorgados por las mismas fuentes.
3. Mantener familiaridad o cercanía con la fuente.
4. Ejercer actividades de venta de publicidad, comercialización de programas y de relaciones públicas, simultáneamente con el desempeño profesional periodístico.

LA EMPRESA PERIODÍSTICA

- **ARTÍCULO NOVENO.** La naturaleza propia de la empresa periodística y su proyección social no permiten asimilarla a cualquier otra actividad empresarial. En consecuencia, tanto la Administración como la Redacción de un medio de comunicación deben compartir la misma filosofía empresarial y tener las mismas responsabilidades éticas definidas en este Código.

Por consiguiente la empresa periodística debe:

1. Rechazar todo compromiso u otorgar privilegios que pongan en duda la independencia informativa del medio. **2C**
2. Evitar que la participación de sus funcionarios o periodistas en juntas directivas, cargos o asesorías a empresas distintas, comprometan la independencia del medio. **2C**
3. Diferenciar con absoluta claridad todo el material editorial del publicitario, como son los remitidos, publirreportajes, infocomerciales, publicidad política y/o suplementos comerciales especializados.
4. Garantizar a sus periodistas un salario digno y competitivo, condiciones laborales, medios e instrumentos adecuados, que aseguren la calidad y excelencia de su trabajo profesional, su independencia y la del propio medio. **2C**

CLÁUSULA DE CONCIENCIA

- **ARTÍCULO DÉCIMO.** El periodista tiene la obligación moral de actuar de acuerdo con su conciencia y no puede ser sancionado por ello. En consecuencia, las empresas periodísticas no podrán aplicar sanción o desmejoramiento laboral por el cumplimiento de este deber ético en el ejercicio profesional. La cláusula de conciencia, reconocida internacionalmente, deberá ser incluida en el derecho laboral colombiano. **2C**

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- **ARTÍCULO UNDÉCIMO.** El periodista es responsable del poder que le dan su profesión y los medios que maneja; por tanto es un deber maximizar sus buenos efectos y prevenir cualquier daño atribuible a sus informaciones.

1. Los medios de comunicación se deben entender como servicio de interés público, por tanto la acción periodística se orientará en ese sentido. Esta responsabilidad prima sobre cualquiera otra, sea con los

- patronos o con los distintos poderes. 1G
2. El compromiso del periodista consiste en servir y defender los intereses de la democracia, más allá de cualquier adhesión a gobiernos, partidos o instituciones.
 3. Consciente del poder de la información, el periodista dará las noticias sobre violencia, corrupción, catástrofes y crisis con el propósito prioritario de promover soluciones.
 4. La autorregulación es un instrumento de la responsabilidad, que debe contribuir a la excelencia profesional. Es esencialmente distinta de la autocensura que es el silencio de la información debida, impuesto por el miedo o los intereses individuales.

ÁMBITO Y COMPETENCIA

- **ARTÍCULO DUODÉCIMO.** Son sanos y necesarios la autocrítica profesional y el debate público de los temas relacionados con la información. Las exigencias de la ética profesional, que obligan a todos los periodistas a apuntar hacia la excelencia, van más allá de su mera responsabilidad legal, civil o penal.

En consecuencia:

1. La responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la ética profesional recae sobre el periodista y no sobre terceros.
2. Es compromiso ético del periodista adquirir y mantener una actualización profesional de altos estándares, que le permitan responder con competencia a las exigencias y permanentes cambios de la profesión.
3. Las normas de conducta enunciadas en el presente Código no justifican la intervención de los poderes públicos o de sus voceros para forzar la observancia de las obligaciones morales establecidas en el mismo.
4. Para garantizar la actualidad de este Código y su observancia, la Comisión de Ética asumirá el compromiso de estudiar los cambios que se le sugieran o que ella misma proponga, e investigará los casos de conflicto ético que sean sometidos a su consideración. 5A

31 de agosto de 2006.

II.4. CÓDIGOS VIGENTES DE VENEZUELA

II.4.1. Código de Ética del Periodista Venezolano del CNP (1997)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética del Periodista Venezolano
Entidad de origen	Colegio Nacional de Periodistas
Fecha y forma de aprobación	13-14 junio 1997, XXIX Secretariado del CNP, San Carlos
Fuente	Código enviado por el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa de Venezuela el 19 de mayo de 2006.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISTA VENEZOLANO

Exposición de Motivos

(1) La libertad de información es un derecho fundamental y piedra angular de todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas, proclamadas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, garantizada en la Constitución Nacional y es factor esencial en el desarrollo, ampliación y profundización de la democracia en nuestro país. 1C, 1E, 3D

(2) El periodista concibe la libertad de información como un factor de la elevación espiritual, moral y material del hombre. En consecuencia, debe denunciar como fraudulento invocar este principio para justificar intereses mercantiles o sensacionalistas o para convalidar tergiversaciones del mensaje informativo. 1C, 1E, 3D, 4A, 4C

(3) Esa libertad estará mejor salvaguardada cuando los periodistas se esfuercen por mantener el sentido más elevado de su responsabilidad profesional, conscientes de su obligación de informar oportuna y verazmente y de buscar siempre la verdad en las explicaciones e interpretaciones de los hechos. **2A, 3A, 3B, 3D**

(4) No obstante, estamos conscientes de que una conducta profesional, ajustada a los lineamientos éticos, no es suficiente garantía de una información honesta y veraz. Se hace necesario establecer, por esto, responsabilidades de los propietarios de los medios de comunicación, quienes con frecuencia guían su conducta en busca de objetivos materiales que en la prestación de un servicio público. En este sentido, las normas que dictamos a continuación deberán, igualmente, orientar la acción de quienes desde el sector público o del sector privado, controlan medios de comunicación masiva. **2D**

(5) El periodista se debe al público, y por ello su información debe contribuir con su imparcialidad, veracidad, oportunidad y honestidad a que la verdad del suceso difundido sea evidente. Sin embargo, el periodista es un profesional y un ser humano, que puede equivocarse y deberá entonces permitir al público interesado el derecho a réplica. Al autor de la noticia que considere que el planteamiento realizado por el periodista no se ajusta a lo que él expresó o declaró, derecho a respuesta, lo que significa aclarar. La aclaratoria es un derecho importante e irrenunciable, pero se trata de establecer, nuevamente, la posibilidad de garantizar al público que un periodista, cuando se equivoca, es capaz de admitirlo y reconocerlo. **1A, 5C**

(6) El Colegio Nacional de Periodistas dicta el Código de Ética como norma de conducta de los profesionales del periodismo que se desempeñan en la prensa, la radio o la televisión y que, en general, procesan la información en cualquier otra actividad; llama a todos sus miembros a cumplirlo y a vigilar su cumplimiento y a los tribunales disciplinarios del CNP a convertirse en instrumentos activos que garanticen su plena vigencia y respeto.

(7) El acatamiento a lo establecido en el Código de Ética del Periodista Venezolano tiene, además, carácter legal, pues así lo ordena la Ley de Ejercicio del Periodismo en su primer artículo, cuando señala expresamente que los miembros del Colegio Nacional de Periodistas estarán sometidos a él, a los reglamentos internos del Colegio y a las resoluciones que dicten los órganos competentes del gremio.

(8) Queda a cargo de los tribunales disciplinarios hacer efectivas las normas del Código, mediante la realización de procesos equitativos y justa aplicación de las sanciones contempladas y clasificadas por la Ley de Ejercicio del Periodismo en su Capítulo IV. **5A, 5B**

CAPITULO I

Principios generales

Artículo 1. El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad. **1C, 2A, 4A, 4B**

Artículo 2. El periodista tiene su origen en la libertad de expresión y el derecho a la información, normas democráticas consagradas en la Constitución de la República. El periodista debe luchar por la vigencia y efectividad de tales principios. **1A, 1D, 2B**

Artículo 3. El periodista debe impedir la concepción, promulgación y aplicación de decisiones que de alguna manera desminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el libre acceso a las fuentes y medios de información. **1F, 2B**

Artículo 4. El periodista tiene la verdad como norma irrenunciable, y como profesional está obligado a actuar de manera que este principio sea compartido y aceptado por todos. Ningún hecho deberá ser falseado y ningún hecho esencial deberá ser deliberadamente omitido. El Colegio Nacional de Periodistas está obligado a prestar amparo a todo colegiado que sea afectado por defender la verdad. **3A, 4D**

Artículo 5. El periodista está obligado a respetar y defender la verdad, la libertad de expresión y el desarrollo autónomo e independiente de nuestro pueblo. El periodista sólo podrá informar de la vida privada, aquello que es de importancia para los intereses de la colectividad; está obligado a darle el tratamiento ajustado a la dignidad, la discreción y la veracidad que se merece la vida privada de cualquier ciudadano. **3A, 4D**

Capítulo II

El periodista con el pueblo

Artículo 6. El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene el derecho de recibir información veraz, oportuna e integral a través de los medios de comunicación social. 1A, 3A, 3C, 4B, 4C

Artículo 7. El periodista está en la obligación de defender la nacionalidad y debe ser instrumento para el desarrollo independiente del país, la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, y estar al servicio de la liberación de los pueblos y del hombre. 4C

Artículo 8. El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso o audiovisual, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana. 4D

Parágrafo

Único Es condenable el uso de técnicas amarillistas como deformaciones del periodismo que afecta el derecho del pueblo a ser correctamente informado. 3C

Artículo 9. El periodista no debe ampararse en el anonimato. Debe hacer uso correcto del seudónimo. El uso del seudónimo que no permita la identidad del periodista responsable por su información, artículo, columna u otro género periodístico cualquiera, será considerado como un anónimo y, en consecuencia, podrá aplicarse la sanción jurídica a que hubiera lugar, así como denunciarlo ante el tribunal disciplinario competente.

Artículo 10. Está prohibida la elaboración de textos e ilustraciones apócrifas o de arreglos o montajes audiovisuales destinados a dañar la fe pública, sin que esto implique el uso legítimo, creador y responsable de los recursos técnicos disponibles.

Artículo 11. El periodista comete falta grave cuando comunica de mala fe acusaciones sin pruebas o ataques injustificados a la dignidad, honor o prestigio de personas, instituciones o agrupaciones. 4D

Artículo 12. Las informaciones falsas deben ser rectificadas espontánea e inmediatamente. El periodista publicará en el lapso de 48 horas siguientes a la publicación de la noticia errada, la rectificación a que hubiera lugar, en el mismo espacio donde se publicó la primera noticia. Los rumores y las noticias no confirmadas, deberán identificarse como tales. 5C

Artículo 13. El periodista no podrá, en ningún momento, evadir el cumplimiento del artículo 9 de la Ley de Ejercicio del Periodismo, que dice a la letra: “Toda tergiversación de la información debe ser rectificada oportuna y eficientemente. El periodista estará obligado a rectificar y la empresa deberá dar cabida a tal rectificación y a la aclaratoria que formule el afectado”. Para el procedimiento de rectificación el periodista seguirá lo pautado en el artículo 14 del Reglamento de la Ley, que señala: Las rectificaciones a que se refiere el artículo 31 de la Ley deberán ser hechas dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a aquellas en que lo exija el agraviado, en las mismas condiciones y el mismo medio en que cursó la información. Por los efectos de este artículo, la obligación del medio de comunicación o del periodista, se cumplirá con la entrega de la rectificación a la empresa u organismo que estará obligado a publicarla gratuitamente. La empresa deberá expedir al periodista constancia de los hechos a los que se refiere el párrafo anterior y será en forma oportuna y eficiente.

Artículo 14. El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas. 1F

Artículo 15. El periodista tiene su instrumento fundamental en el idioma, elemento básico en la consolidación de la cultura nacional. El periodista está obligado a usarlo debidamente.

Artículo 16. El periodista deberá contribuir activamente a la salud pública, y defender la conservación del equilibrio ecológico necesario para la vida humana, y deberá denunciar las situaciones que propicien la contaminación, como la introducción, fabricación y uso en el país de materiales que dañen la naturaleza o desmejoren las condiciones ambientales.

Artículo 17. El periodista debe luchar por un ambiente comunicacional sano, en el sentido de lograr el equilibrio de los mensajes. La entropía comunicacional como factor de ruido en el espacio comunicacional deberá ser denunciada y el periodista, como mediador social, deberá luchar por impedir la sobrecarga de mensajes contaminantes del medio ambiente.

Capítulo III

El periodista con la fuente

Artículo 18. El periodista a quien la fuente le haya pedido guardar en secreto su identidad, no deberá revelarla en ningún caso y respetará la decisión de la fuente a cualquier tipo de presión. 2C

Parágrafo Único. En ningún caso el periodista debe revelar el secreto profesional. 2C

Artículo 19. El periodista debe verificar las informaciones que recibe y recurrir a las fuentes idóneas que la permitan la información de manera veraz.

Artículo 20. El periodista rechazará donaciones o contribuciones de origen público o privado, dirigidas a interferir o influenciar su labor informativa. La búsqueda de ventajas personales, en perjuicio del interés colectivo, es incompatible con el ejercicio del periodismo. 2C,

Artículo 21. El periodista no podrá recibir remuneración alguna de entidad pública o privada que deba frecuentar por razones informativas. Es incompatible el ejercicio simultáneo del periodismo con el de relaciones públicas o asesorías de prensa, cuando el periodista tiene asignada como fuente la institución o persona para la cual ejercería la segunda actividad. 2C

Parágrafo Único. Los cargos de Jefes de Redacción y Jefe de Información, son absolutamente incompatibles con el ejercicio simultáneo de Relaciones Públicas, en organismos públicos o privados y asesorías de prensa de todas las fuentes periodísticas.

Artículo 22. El periodista no deberá divulgar como información lo que tiene carácter comercial o publicitario sin identificarlos claramente como tal.

Artículo 23. El periodista no deberá prestarse al desplazamiento desleal de un colega en el cargo o fuente que desempeñe.

Artículo 24. El periodista no podrá aceptar un sueldo o salario inferior al mínimo establecido por el Colegio o en los controles sindicales laborales que estén vigentes en la oportunidad de cada caso. 2C

Artículo 25. El periodista denunciará las presiones de la fuente ante su empleador para ser removida de ella sin causa justificada. En caso que así sucediese, el Colegio Nacional de Periodistas asumirá su defensa. 2C

Capítulo IV

El periodista con su gremio

Artículo 26. El periodista tiene como deber imperativo utilizar sus esfuerzos personales para alcanzar el fortalecimiento y éxito del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 27. El periodista está obligado a fortalecer el espíritu de fraternidad, consideración y respeto mutuo que enaltece la profesión. No deberá promover el descrédito, ni atribuir intereses o propósitos que perjudiquen moral o materialmente a otros colegas.

Artículo 28. El trato indigno que afecte a un periodista será motivo de repudio y sanción por parte del gremio.

Artículo 29. El periodista debe denunciar a toda persona que incurra en el ejercicio ilegal de la profesión.

Artículo 30. El periodista tiene prohibido hacer público como suyo material informativo en cuya elaboración no haya participado. Ni prestar su nombre para amparar publicaciones o programas audiovisuales donde no tenga participación efectiva.

Artículo 31. El periodista sólo aceptará premios otorgados de acuerdo a las normas establecidas o aprobadas por el Colegio Nacional de Periodistas.

Capítulo V

El periodista con la empresa

Artículo 32. El periodista está unido a la empresa por las obligaciones derivadas de un contrato de trabajo. El periodista tratará de contratar en forma colectiva y acogerse a las decisiones sindicales donde existan. En consecuencia, sólo está obligado a responsabilizarse por su trabajo intelectual, apegado al presente Código de Ética y a los deberes señalados en la Constitución y las leyes de la República.

Artículo 33. El periodista rechazará de quienes ejerzan cargos o funciones de directivos empresariales, presiones, que le induzcan a transgredir el Código de Ética ni cualesquiera otras disposiciones que emanen de los órganos del Colegio Nacional de Periodistas o de las leyes de la República. 2C

Artículo 34. El periodista debe exigir de parte de la empresa respeto a sus creencias, ideas y opiniones, así como el material informativo que entrega como producto de sus esfuerzos y trabajo. Tampoco permitirá que se cambie el sentido o naturaleza del material informativo elaborado y entregado bajo su firma. 2C, 2D

Artículo 35. El periodista sólo podrá suscribir contratos individuales de trabajo, cuando ello signifique el logro de ventajas y reivindicaciones superiores a las establecidas en el contrato colectivo donde lo hubiere.

Artículo 36. El periodista debe asumir, conjuntamente con la empresa donde debe prestar sus servicios, responsabilidad de toda información elaborada por él y difundida sin que haya alteración ajena a la voluntad del redactor.

Parágrafo Único. El periodista tiene derecho a retirar su firma en una información si considera que por la intervención de la Redacción han sido puestos en duda la exactitud de los datos, deformadas declaraciones de terceros, o si injustificablemente fueron realizados cambios sustanciales.

Artículo 37. El periodista debe luchar por obtener el derecho a intervenir en la elaboración y ejecución de la política editorial e informativa del medio en que trabaje. 2C

Artículo 38. El periodista debe reivindicar su derecho a expresar sus puntos de vista en las secciones de opinión del medio para el cual trabaja aun cuando sean divergentes con la política editorial de la empresa. 2C, 2D

Artículo 39. El periodista debe exigir en sus relaciones con la empresa, un tratamiento ajustado a su dignidad y el valor e importancia que tiene su profesión en la sociedad. 2C

Capítulo VI

El periodista con el Estado

Artículo 40. El periodista tiene el deber insoslayable de defender la soberanía nacional y la integridad territorial. En consecuencia, debe contribuir con su acción gremial en esta patriótica tarea, oponiéndose a toda prédica o campaña que contrarie el interés nacional, así como la paz y la amistad entre los pueblos.

Artículo 41. El periodista debe exigir del Estado la aprobación de una legislación que lo proteja contra los efectos del monopolio u oligopolio de los medios de comunicación social.

Artículo 42. El periodista debe rechazar presiones que puedan ejercer gobiernos o grupos económicos políticos o cualquiera de otra índole para deformar, manipular o censurar informaciones. 2C

Artículo 43. El periodista tiene el deber de combatir sin tregua a todo régimen que adúltere o viole los principios de la democracia, la igualdad y la justicia. (en el Código de 1988 consta también la libertad)

Artículo 44. El periodista que trabaje para el sector público debe rechazar las presiones que pueda ejercer el Estado en el sentido de lograr una identidad ideológica. 2C

Artículo 45. El periodista y los órganos regulares del Colegio, serán los únicos responsables de asegurar la observancia y vigilancia de estos principios éticos. En consecuencia, nada puede justificar la intervención de ninguna autoridad gubernamental para forzar su cumplimiento y sancionar a quienes violen el presente Código.

Capítulo VII

Disposiciones finales

Artículo 46. El periodista debe denunciar a cualquier persona, ente público o privado que atente contra los principios de la libertad de expresión y derecho a la información que tiene todo ciudadano, así como contra cualquiera de las normas del presente Código de Ética.

Artículo 47. El periodista debe lograr que el presente Código de Ética se mantenga en sitio público en todos los centros de trabajo, así como colaborar para que tenga la debida difusión y sea conocido, aceptado y practicado por todos los miembros del Colegio Nacional de Periodistas.

Artículo 48. El periodista al ser admitido en el Colegio Nacional de Periodistas deberá presentar juramento solemne de que cumplirá fielmente el Código de Ética.

Artículo 49. El presente Código de Ética del periodista venezolano queda sancionado en primera Convención del Colegio Nacional de Periodistas, celebrado en la ciudad de Caracas, entre los días tres y cinco de septiembre de mil novecientos setenta y seis.

Artículo 50. El cumplimiento de este Código es obligatorio para todos los miembros del CNP y corresponderá a los tribunales disciplinarios su vigilancia y sustanciar las denuncias.

II.5. CÓDIGOS VIGENTES DE CHILE

II.5.1. Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile (1999)

DATOS INFORMATIVOS

Nombre	Código de Ética
Entidad de origen	Colegio de Periodistas de Chile
Fecha y forma de aprobación	agosto de 1999, IX Congreso Extraordinario, Concepción
Fuente	Recogido en http://www.colegiodeperiodistas.cl/index.php?thtml=codigo_etica , consulta: 27-4-08 y en http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics&ID=8286&LID=1 , consulta: 2-7-07.

CÓDIGO DE ÉTICA DEL COLEGIO DE PERIODISTAS DE CHILE

INTRODUCCIÓN

(1) Ética periodística es la definición teórica y aplicación práctica permanente y obligatoria de normas conductuales y de procedimiento que deben observar los miembros de la Orden para que su actuación profesional sea correcta y socialmente útil y cuyos principios se señalan en el presente Código.

(2) La responsabilidad social inherente a su labor aumenta la necesidad de que los periodistas se atengan a lineamientos éticos generales y específicos y que cuenten con los instrumentos propios necesarios para velar por su cumplimiento. 5A

(3) Los periodistas y los medios de comunicación social son importantes agentes socializadores. Tienen influencia decisiva en la formación de valores, creencias, hábitos, opinión y conductas de los distintos estamentos de la sociedad.

(4) El masivo acceso a información cierta, confiable, oportuna y permanente, fundamentalmente sin censura alguna, acerca de los derechos individuales y colectivos, como asimismo sobre el acontecer nacional e internacional, incide en la mantención y elevación de la dignidad y calidad de vida de las personas. Esto, a su vez, permite a todos los estratos de la ciudadanía informarse, optar y participar en la toma de decisiones y actuaciones de la Nación. 1C, 3C, 3B

(5) El error por desconocimiento del idioma o por falta de conocimientos previos acerca del tema o asunto sobre el cual se hace difusión profesional, puede conducir al periodista a la ofensa, el perjuicio o menoscabo de personas o estratos de la sociedad.

(6) En su calidad de orientadores de la opinión pública, los periodistas y los medios tienen la responsabilidad de informar verazmente acerca de los hechos, las opiniones y actos de los distintos actores sociales y sus consecuencias. Es decir, los periodistas y los medios de comunicación social juegan el papel de mediadores entre la realidad y los receptores del mensaje que entregan. 3A

I. DEL DEBER SER DE LOS PERIODISTAS

Primero: Los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos. En su quehacer profesional, el periodista se regirá por el principio de la veracidad, entendida como una información responsable de los hechos. El ejercicio del periodismo no propiciará ni dará cabida a discriminaciones ideológicas, religiosas, de clase, raza, sexo, discapacidad, ni de ningún otro tipo, que lleven a la ofensa o menoscabo de personas naturales o jurídicas. 3A

Segundo: El periodista difundirá sólo informaciones fundamentadas, sea por la correspondiente verificación de los hechos en forma directa o con distintas fuentes, sea por la confiabilidad de las mismas. Una fuente es considerada confiable por su conocimiento y experiencia en el tema tratado y/o por su independencia respecto de intereses ajenos a la finalidad esencial de divulgar la verdad.

Tercero: Es deber de los periodistas recurrir a todos los medios lícitos a su alcance, a fin de evitar que se dicten o apliquen disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión e información. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberán trabajar en favor de su derogación. 2B

Cuarto: Los profesionales de la Orden lucharán para que los directores, editores y otros directivos periodísticos de diarios, revistas, agencias de noticias, estaciones de radio y televisión y demás medios de comunicación, sean periodistas. Asimismo, los profesionales de la Orden preconizarán un mayor acceso para los periodistas en la toma de decisiones de las políticas informativas en los medios de comunicación u otras instancias de difusión. 2C

Quinto: El derecho a informar deberá ser ejercido con resguardo de todas las consideraciones y normas éticas establecidas en este Código y, en consecuencia, jamás deberá ser usado en detrimento de la comunidad o de las personas. 4D

Sexto: Ningún periodista podrá hacer uso o invocar la aplicación de leyes que lesionen la libertad de expresión e información, ni aun a pretexto de hacerlo fuera del ejercicio profesional. 2B

Séptimo: El periodista deberá establecer siempre una distinción clara entre los hechos, las opiniones y las interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ellos.

Octavo: El periodista no recurrirá a subterfugios - como utilizar identidades falsas, cámaras o micrófonos ocultos - para obtener la información.

Noveno: El periodista debe citar sus fuentes, pues el lector tiene derecho a conocerlas y así evaluar por sí mismo la calidad de las mismas. Sólo debe silenciarlas si ellas se lo pidieren -previa confirmación de su idoneidad y confiabilidad-, respetando así la confianza otorgada al entregársele antecedentes reservados. 2C

Décimo: El periodista que se haya comprometido a mantener en forma confidencial (*off the record*) hechos, informaciones u opiniones, no debe darlos a conocer ni pública ni privadamente. Esto implica que tampoco podrá compartirlos con *persona alguna* que pudiera divulgarlos. 2C

Undécimo: El periodista no podrá publicar por adelantado ningún material informativo suministrado para su publicación en una fecha y hora previamente determinadas (embargo).

II. DEL PERIODISTA Y SUS PARES

Duodécimo: El periodista debe prestar solidaridad activa a los colegas que sufran persecuciones o agresiones por causa de su ejercicio profesional, como asimismo a aquellos que sean juzgados en virtud de disposiciones legales que el Colegio estime lesivas a la libertad de expresión.

Decimotercero: Al periodista le está especialmente vedado denigrar a otros periodistas, ya sea por la vía de la descalificación personal o por otro medio que conlleve un descrédito profesional.

Decimocuarto: Si un periodista tuviese fundados reparos o dudas respecto del proceder ético de algún colega, debe poner los antecedentes en conocimiento de las autoridades nacionales o regionales de la Orden, las que derivarán el caso de acuerdo con los procedimientos vigentes. Toda publicidad intencionada de la denuncia, hecha con anterioridad a la emisión del fallo por parte de los organismos competentes, será considerada como falta.

Decimoquinto: El periodista debe evitar toda expresión o alusión denigradora respecto de los organismos y/o normativas internas de la Institución. En caso de existir disensos con los acuerdos adoptados por el Consejo Nacional o cualquiera de las demás instancias de la Orden, éstos deberán canalizarse a través de los órganos correspondientes.

Decimosexto: Los periodistas deberán velar por el desarrollo y cumplimiento de los objetivos y tareas que conduzcan a la dignificación del periodismo y los periodistas.

Decimoséptimo: El periodista debe colaborar y luchar por el fortalecimiento de la Orden.

Decimooctavo: Los periodistas reconocerán la potestad ética que sobre sus actuaciones como representantes del gremio ejerce el Colegio de la Orden.

III. DEL PERIODISTA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Decimonoveno: El material gráfico y los titulares siempre deberán guardar concordancia con los textos que le corresponden, de modo que el lector, televidente o auditor no sea inducido a confusión o engaño.

Vigésimo: Los periodistas no podrán hacer uso de la informática, telemática y otras técnicas modernas de comunicación para introducir cambios sustanciales y dolosos en el contenido de material periodístico de un colega, sin la autorización expresa del autor, en especial si lleva su firma.

Vigésimoprimer: Ningún periodista podrá utilizar su investidura profesional para divulgar mensajes comerciales *en los espacios o programas periodísticos que conduzca*. Cuando deba editar textos o imágenes o conducir emisiones radiales, televisivas u otras con esa impronta, todos ellos deberán llevar claramente definida su naturaleza publicitaria e ir separados del mensaje informativo periodístico.

Vigésimosegundo: Ningún periodista podrá introducir en el medio de comunicación en que trabaja mensajes que favorezcan a la empresa, persona o institución para la que realiza simultáneamente labores de relacionador público, asesorías o similares.

Vigesimotercero: Cometan falta ética los directores, editores y otros directivos periodísticos de diarios, revistas y agencias de noticias, estaciones de radio o televisión y demás medios de comunicación, que contraten o permitan el ejercicio del periodismo a personas que no están habilitadas para ello o que induzcan a otros periodistas a contravenir este Código de Ética.

Vigésimocuarto: Los periodistas lucharán por restablecer el derecho legal de la Orden para fijar los aranceles profesionales y, una vez logrado este objetivo, velar por su estricto cumplimiento por parte de las empresas, entidades o personas naturales propietarias de los medios de comunicación social.

Vigésimoquinto: *En el ejercicio profesional, el periodista deberá actuar siempre de acuerdo con su conciencia y no podrá ser sancionado por ello.* Consecuentemente, deberá luchar por el establecimiento de la cláusula de conciencia en su relación con las empresas periodísticas. Una vez alcanzado este objetivo, deberán velar por su estricto cumplimiento por parte de las empresas, entidades o personas naturales propietarias de medios de comunicación social. 2C

Vigésimosexto: El periodista rechazará y denunciará cualquier intento de presión que tenga por finalidad hacerle transgredir las normas de este Código. 2C

Vigésimoséptimo: El periodista debe promover la participación del público en los órganos de difusión y en especial, que se garantice el derecho *legal* a réplica y se publiquen las rectificaciones en los plazos legales y sin adulteración, *aún cuando no exista una expresa petición del afectado.*

Vigésimoctavo: Son faltas a la ética profesional:

- j. La participación en violaciones a los derechos humanos.
- k. La delación de un perseguido, al cual se ha tenido acceso a través del ejercicio profesional.
- l. La desinformación premeditada.
- m. La dictación o aplicación de normas de censura por parte de periodistas que ejerzan cargos de jefatura. De ser presionados a hacerlo, el Colegio estará obligado a prestarles todo su apoyo en la defensa de sus derechos y el cumplimiento de este Código. 2C
- n. El soborno, el cohecho y la extorsión. 2C
- o. El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual. 2C
- p. La difamación, la calumnia y la injuria. 4D
- q. Utilizar imágenes de personas que atenten contra su dignidad humana y las convierta en productos mercantiles. 4D
- r. Contravenir cualquiera de las normas y recomendaciones contenidas en el presente Código

Vigésimonoveno: El periodista debe mantener un incuestionable respeto a la dignidad y vida privada de las personas, evitando invadir su intimidad con las facilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. En esto se guiará por las definiciones y estipulaciones consignadas en la legislación chilena y los instrumentos internacionales. La excepción a esta norma se dará sólo cuando la divulgación de actos privados sea necesaria por razones de fiscalización pública de probidad funcionaria o cuando al amparo de la intimidad se está violando el derecho a la integridad física, psicológica u otro derecho individual. En especial respetará la intimidad de las personas en situación de aflicción o dolor, evitando las especulaciones y la intromisión gratuita en sus sentimientos y circunstancias. 4D

Trigésimo: El periodista debe salvaguardar la presunción de inocencia de los acusados mientras el tribunal competente no haya dictado sentencia. Se abstendrá, además, de identificar a las víctimas, testigos o inculcados en causas criminales sin su consentimiento, sobre todo en relación a delitos sexuales, cualquiera sea su condición social y en especial cuando se trate de menores de edad. Asimismo, evitará identificar contra su voluntad a personas relacionadas, tales como parientes, amigos o vecinos de acusados o convictos de procedimientos penales. 4D

Trigésimoprimer: El periodista deberá contribuir a sensibilizar a la opinión pública sobre la situación de los sectores más vulnerables de la sociedad. Asimismo, colaborará con la defensa de la naturaleza como un bien colectivo y denunciará los hechos que generen contaminación y destrucción ambiental en todos los ámbitos.

Trigésimosegundo: Los periodistas sólo podrán recibir premios o galardones periodísticos asignados en mérito de su competencia profesional, y cuando ellos sean discernidos con la participación directa o indirecta del Colegio de Periodistas. 2C

Trigésimotercero: El periodista no utilizará su influencia profesional ni la información privilegiada que recibe en el desempeño de su trabajo, en beneficio propio, de parientes o de amigos. Tampoco aceptará retribuciones o gratificaciones de personas, empresas o instituciones, ya que ello limitaría su libertad para informar acerca de éstas. 2C

Trigésimocuarto: El periodista que trabaje en agencias de publicidad, en departamentos publicitarios de los órganos de difusión o en cualquier empresa, servicio o institución relacionada con la comunicación social deberá regirse por las disposiciones de este Código.

Este Código de Ética fue aprobado por el Congreso Nacional Extraordinario del 26 de enero de 1994, bajo el mandato del Consejo Nacional compuesto por los colegas: Senén Conejeros, Presidente; Aquiles Meléndez, Vicepresidente; Segundo Vicepresidente, Guillermo Hormazábal (quien tuvo a su cargo la Comisión que redactó este Código); Hernán Uribe, Secretario; María Teresa Maluenda, Tesorera; Guillermo Sandoval, Protesorero; Lidia Baltra, Prosecretaria; y los consejeros : Manuel Cabieses, Max Laulié, Alfredo Olivares y Oriana Zorrilla.

La presente edición - realizada con el patrocinio del Ministerio Secretaría General de Gobierno - incluye las modificaciones propuestas por el Tribunal Nacional de Ética y Disciplina, TRINED, presidido por Lidia Baltra y aprobadas en el IX Congreso Nacional Extraordinario, de agosto de 1999, en Concepción.

Este documento se edita bajo la presidencia de Enrique Ramírez Capello y con la directiva que integran Guillermo Torres Gaona, vicepresidente; Rubén Andino Maldonado, secretario general; Dennis Jones Molina, tesorero; Manuel Cabieses Donoso, 2° vicepresidente; Audénico Barria Navarro, prosecretario; Gabriela Meza Díaz, protesorera y los consejeros Ana Rosa Romo Ramírez, Cecilia Alzamora Véjares, Roberto Cajas Corsi y Julio César Navarrete Pacheco.

APÉNDICE DOCUMENTAL 2
Syllabus de Ética Periodística

I. SYLLABUS DE PERÚ

I.1. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (Lima): **Deontología de la Comunicación**. Pfr. Rómulo Franco. (Fecha documento: 3-agosto-2007)

Nombre del curso	: DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
Código del curso	: CCO - 233
Período en que se dicta	: Semestre 2007-1
Nivel	: Séptimo
Créditos	: Dos (2)
Número de horas de teoría	: Dos horas semanales
Número de horas de práctica	: No tiene
Carácter del curso	: OBLIGATORIO COMÚN
Requisito	: No tiene
Profesor	: Rómulo Franco Temple (H301, H302)

SUMILLA

Elementos de la moral aplicados al campo de la comunicación que permitan la toma de decisiones apropiadas en el ejercicio profesional. Estudio de casos.

OBJETIVOS

El curso se presenta como un espacio de reflexión y diálogo sobre el ejercicio profesional de las carreras de la comunicación que ofrece la Facultad, buscando presentar:

1. Los principios de la ética del profesional de la comunicación.
2. Diferentes códigos de ética profesional relacionados con las áreas de la comunicación dentro de los valores que orientan el quehacer de la Universidad.
3. Elementos que ofrece la deontología para tomar decisiones éticamente adecuadas en el ejercicio profesional.

EVALUACION

Participación en clases (escrita y oral):	30%
Trabajo escrito (incluye entrevista personal):	20%
Examen parcial:	30%
Examen final:	20%

ASISTENCIA

La asistencia es obligatoria. El 30% de inasistencia inhabilita al alumno a rendir el segundo examen y será calificado con nota 00.

CONTENIDO

1. El comunicador como profesional. Los principios éticos de la práctica profesional. La verdad, el respeto a la persona y la búsqueda del Bien Común como ejes en el quehacer de los comunicadores.
2. Ética, moral y deontología.
3. Documentos pioneros de la deontología periodística. Códigos deontológicos. La deontología periodística en el ámbito de la ONU y la UNESCO.
4. Aspectos de la deontología de la comunicación. Verdad, veracidad y objetividad. Corrección de errores y derecho a réplica. Trato difamatorio. Respeto por la intimidad y la vida privada. Cláusula de conciencia. El secreto profesional. Plagiarismo.
5. Ética de la radiodifusión y la comunicación audiovisual. El mundo de la imagen.
6. Ética de la publicidad. Responsabilidad social de la comunicación publicitaria. Los principios de veracidad, justicia e identificación.
7. Artes Escénicas como interpretación y re-creación de nuestras formas de vida. Responsabilidad ética.

8. Responsabilidad ética de los comunicadores en el trabajo por el desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcover Ibáñez, Norberto. Los medios de comunicación social.-- En: F.J.Davara, N. Alcover y otros. Introducción a los medios de comunicación.-- Madrid: Ediciones Paulinas, 1990.
- Aznar, Hugo. Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios. -- Barcelona: Editorial Ariel, 2003.
- Aznar, Hugo y Miguel Catalán. Códigos éticos de publicidad y marketing. -- Barcelona, Editorial Ariel, 2003.
- Barroso Asenjo, Porfirio. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. -- Madrid: Ediciones Paulinas, 1984.
- Principios fundamentales de deontología periodística, *dos volúmenes*. --Madrid: Editorial Universidad Complutense, 1988.
- Benito, Ángel. Diccionario de ciencias y técnicas de la Comunicación. -- Madrid: Ediciones Paulinas, 1991.
- Blázquez, Niceto. Ética y Medios de Comunicación. -- Madrid: BAC, 1994.
- Brajnovic, Luka. Deontología periodística. -- Pamplona: Eunsu, 1978.
- Catela, Isidro. Ética de la televisión.-- Bilbao: Desclée de Brouwer, 2005.
- Conill, Jesús y Vicent Gozávez (coords.). Ética de los medios: Una apuesta por la ciudadanía audiovisual.-- Barcelona: Gedisa Editorial, 2004.
- Cortina, Adela. El mundo de los valores. “Ética mínima” y educación. -- Bogotá: El Búho, 1998.
- Ciudadanía activa en una sociedad mediática. -- En: Jesús Conill y Vicent Gozávez (coord.), Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. -- Barcelona: Gedisa, 2004.
- Ética de la empresa.-- Valladolid: Editorial Trotta, 1994.
- Desantes Guanter, José María. La verdad en la información. -- Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid, 1976.
- El autocontrol de la actividad informativa. -- Madrid: Edicusa, 1973
- Echaniz, Arantza y Juan Pagola. Ética del Profesional de la Comunicación. -- Bilbao: Desclée de Brouwer, 2004.
- Etcheberria, Xavier. Temas básicos de ética. -- Bilbao: Desclée De Brouwer, 2002.
- Gardner, Howard. Buen trabajo. Cuando ética y excelencia convergen. -- Barcelona: Paidós, 2002.
- Gatti, Guido. Ética de las profesiones formativas. -- Bogotá: San Pablo, 1998.
- Herrán, María Teresa y Javier Darío Restrepo. Ética para periodistas. - Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- Hevia, Renato. La Palabra Pública. Ética y Periodismo. -- Santiago de Chile: San Pablo, 1994.
- Hortal, Augusto. Ética general de las profesiones. -- Bilbao: Desclée de Brouwer, 2002.
- Perla Anaya, José. Derechos y Deberes del Comunicador Peruano. - Lima: Pontificia Universidad Católica, 2001.
- Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales.
- Ética en la publicidad (1997)
- Ética en las Comunicaciones Sociales (2000)
- Ética en Internet (2002)
- Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística. — México: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Sánchez Vidal, Alipio. Ética de la intervención social. - Barcelona: Paidós, 1999.
- Scannone, Juan Carlos y G. Remolina (Comp). Ética y Economía. -- Buenos Aires: Editorial Bonumi, 1998.
- Schmidt, Eduardo. Moralización a fondo. Un aporte a la luz de la teoría del desarrollo humano de James W. Fowler. -- Lima: Universidad del Pacífico, 1993.
- Ética y Negocios en América Latina. -- Lima: Universidad del Pacífico; Oxy, 1995.
- Steiner, George. Real Presences. -- Chicago: The University of Chicago Press, 1989
- Taylor, Charles: Fuentes del yo: La construcción de la identidad moderna. - Barcelona, Buenos Aires; México: Paidós, 1996.
- Uribe, Hernán. Ética periodística en América Latina. Deontología y estatuto profesional. -- México: UNAM, 1984.
- Villanueva, Ernesto. Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo. -- México: Universidad Iberoamericana, 1999.

IMPORTANTE: Este sílabo debe ser conservado durante el desarrollo del curso. Como documento oficial debe mostrar el sello de la Facultad.

I.2. UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS (Lima): **Ética del Comunicador Social**. Pfr. Antero Gargurevich. (Fecha documento: 3-agosto-2007)

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1 Asignatura : **Ética del Comunicador Social**
- 1.2 Código : 1001-10401
- 1.3 Pre-requisito : **Ninguno**
- 1.4 Ciclo Académico : 7
- 1.5 Semestre Académico : 2006-II

1.6 Horas semanales	: 4 horas
1.6.1. Teoría	: 4
1.6.2. Práctica	: 0
1.7 Créditos	: 4
1.8 Profesor	: Antero Gargurevich Oliva

2. SUMILLA

2.1. Naturaleza de la Asignatura:

Formación General

2.2. Síntesis del Contenido

La concepción actual de entender al ser humano como una entidad de dignidad, es a partir de principios como la libertad de expresión. Lo conveniente y lo inconveniente, en función a valores como verdad, honestidad, legitimidad y corrección, está en el terreno de la ética. Ante un mundo de libertades personales que muchas veces se enfrenten a las libertades de los demás, es necesario saber cuáles son los límites de ésta y cuáles son los de aquellos. Ante dilemas profundos de la sociedad contemporánea, la experiencia histórica ha producido teóricos que señalan las justas causas.

3. OBJETIVOS

Al finalizar la presente asignatura el estudiante estará en condiciones de:

- a) Manejar los conceptos teóricos sobre la ética y la moral.
- b) Podrá discernir entre los conceptos “el bien” y “el mal”.
- c) Podrá aplicar los principios de la libertad de prensa, libertad de pensamiento y libertad de expresión.
- d) Podrá aplicar las “valoraciones” de: honestidad, transparencia, corrupción, legitimidad, correcciones, “lo justo”.
- e) Podrá diferenciar los parámetros éticos y jurídicos.
- f) Podrá aplicar los códigos de ética periodística a la vida profesional analizándolos a la luz de la práctica, como ejemplo:

- Código de ética de la Federación Nacional de Periodistas del Perú
- Código de ética del Colegio de Periodistas del Perú (CPP)
- Código de ética de la Asociación Nacional de Periodistas (ANP)
- Código de ética de la Asociación de publicistas del Perú

4. PROGRAMA ANALÍTICO CALENDARIZADO

a) Semana 1

- Conceptos básicos sobre la ética
- Análisis del texto “Moral, Anicómaco” de Aristóteles
- ¿Qué es la ética? Ubicación histórica

b) Semana 2

- Evolución del concepto: Aplicación del paradigma “felicidad” vs. “virtud”, ¿Qué es la felicidad? ¿Qué es la virtud? – la búsqueda del hombre periodista.

c) Semana 3

- El pensamiento y la ética – El discernimiento – Los valores
- Los derechos y deberes
- Aplicaciones prácticas y análisis

d) Semana 4

- La libertad de expresión y el Derecho a la Información
- Ejemplos prácticos – Reconocimiento en titulares, artículos, medios sonoros y visuales, las valoraciones éticas.
- Primera Práctica Calificada

e) Semana 5

- Las normas, el valor sustentativo y el jurídico
- La conciencia y la libertad – Lectura Programada

f) Semana 6

- La ética en el periodismo
- La Constitución de 1979 y 1993

g) Semana 7

- La ética en aplicación: “objetiva” y “subjética”

- Primer Examen

h) Semana 8

- La ética y la libertad
- Lecturas programadas

i) Semana 9

- Las sanciones en los códigos de ética
- Lecturas programadas

j) Semana 10

- Código de ética: FPP, CPP y ANP
- Análisis crítico

k) Semana 11

- Debate sobre caso N° 1
- Problemática sobre la autorregulación o autocensura

l) Semana 12

- Debate sobre caso N° 2
- Problemática sobre globalización y autocensura

m) Semana 13

- Debate sobre caso N° 3
- Problemática sobre globalización e Informática

n) Semana 14

- Debate sobre caso N° 4
- Problemática sobre la normatividad y las pistas de información, la banda magnética y las censuras jurídicas.

o) Semana 15

- Debate sobre caso N° 5
- Problemática de la ética periodística en el mundo globalizado y la era del conocimiento
- Segundo Examen

p) Semana 16

- Debate sobre caso N° 6
- Los medios y la ética
- La televisión de señal abierta y cerrada
- El cine, el teatro, la danza y el folkllore

q) Semana 17

- Debate sobre caso N° 7
- La cultura, la educación y la ética del comunicados social

5. EVALUACIÓN

5.1. Examen Parcial = EP

5.2. Examen Final = EF

5.3. Examen Sustitutorio = ES (de EP o EF)

5.4. Prácticas y Trabajos monográficos = PTM

$$\text{Nota Final} = \sum (\text{EP} + \text{EF} + \text{PTM}) / 3$$

6. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará relacionando permanentemente la teoría con la práctica; el alumno participa, debate y analiza lecturas, así como sus propios trabajos monográficos. Las prácticas calificadas son objetivas y los son conciliatorios, las clases teóricas se guían por el llamado objetivos por competencias.

7. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- “Moral Anicómaco” de Aristóteles
- “El organon” de Aristóteles
- “La Iliada” de Homero
- “La Odisea” de Homero

- Ética periodística

I.3. UNIVERSIDAD DE LIMA (Lima): **Ética Profesional**. Ppres. Miriam Larco y José Perla. (fecha documento: 15-3-08)



Código: DI-02-DUDEA-R-006
Versión: N° 1
Fecha: 26 02 07

SÍLABO 2007-1

ESCUELA UNIVERSITARIA DE HUMANIDADES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

ASIGNATURA	ÉTICA PROFESIONAL
ÁREA	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN
CÓDIGO	1468
NIVEL	DÉCIMO
CARÁCTER	OBLIGATORIO
REQUISITOS	NINGUNO
CRÉDITOS	TRES (3)
HORAS DE TEORÍA	DOS (2)
HORAS DE PRÁCTICA	DOS (2)
PROFESOR(ES)	LARCO SICHERI, MIRIAM PERLA ANAYA, JOSÉ

I. SUMILLA

La asignatura se propone informar y orientar a los estudiantes sobre los deberes éticos del profesional de la comunicación integrando los conceptos teóricos a la práctica cotidiana del profesional. En consecuencia, se revisan y debaten las principales cuestiones éticas planteadas a nivel nacional e internacional en el campo de la comunicación y se relacionará dicha reflexión con los concretos postulados de orden gremial y legal que rigen en el país en los campos de prensa, radiodifusión sonora y de televisión, cine, publicidad, propaganda política y otros conexos. A nivel práctico, para tener una perspectiva integradora, se analizan casos concretos.

II. OBJETIVOS GENERALES

- Promover en el estudiante el interés y la reflexión sobre la problemática ética del trabajo del comunicador, considerándola como una dimensión imprescindible en la formación integral del mismo, sea cual sea el área de su actividad cotidiana.
- Incentivar que el comportamiento de los futuros profesionales en comunicación se ajuste a los principios éticos, examinando la utilidad social de dichos principios en relación al desarrollo de su futura actuación profesional cotidiana.
- Buscar que el estudiante sea capaz de integrar el nivel teórico - ético con la práctica cotidiana del trabajo del comunicador, analizando casos y normas de orden ético aplicables a las distintas actividades de la profesión.
- Incentivar en el estudiante el interés permanente por las cuestiones relativas a la regulación (institucional y estatal) de su profesión.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- El estudiante debe conocer y entender los principales códigos de ética producidos a nivel nacional en los distintos campos de realización de su profesión, como el periodístico, el publicitario y otros.
- Las exposiciones iniciales se detendrán de manera especial en el marco general de los tratados internacionales y normas legales sobre el derecho fundamental a las libertades de expresión, información, opinión y difusión.
- Se dará especial énfasis en la primera parte del ciclo a la revisión en detalle de la problemática ética que se plantea en el trabajo periodístico y en la segunda parte del ciclo a otras áreas del trabajo del comunicador, como la publicitaria, cinematográfica, etc.
- Se prestará atención permanente en las clases a la revisión y discusión de casos de comportamiento profesional en el campo de la comunicación que han sido objeto de discusión pública en el país.

IV. PROGRAMA ANALÍTICO

PRIMERA SEMANA

Introducción a la asignatura.

Explicación de los objetivos de la asignatura y de los contenidos del sílabo. Metodología de trabajo en clase. Explicación del sistema de evaluación y participación. Distribución básica de lecturas y de casos que serán objeto de exposición y examen a lo largo del ciclo.

SEGUNDA SEMANA

La persona como sujeto moral.

Informar y reflexionar sobre las características del ser humano como ser moral, generador de costumbres consideradas como valiosas para el desenvolvimiento social y capaz de emitir juicios morales sobre la actuación de los demás. Distinción entre las normas sociales, legales y éticas.

TERCERA SEMANA

Los derechos, deberes y valores profesionales.

Identificar el rol social que desempeña el ser humano como comunicador y la responsabilidad que atañe específicamente a los profesionales de la comunicación en el mundo de hoy, en las diferentes especialidades y actividades, como el periodismo, la radiotelevisión, la publicidad, el cine y otras. Revisión del Código de Ética del Colegio de Periodistas y de otras organizaciones periodísticas nacionales.

CUARTA SEMANA

Ética del periodismo.- Los derechos y libertades de la comunicación.

La problemática ética del trabajo periodístico, a partir de la revisión de los derechos y deberes relacionados con la información, la expresión, la opinión y la difusión del pensamiento, dentro del marco internacional (tratados universales) y constitucional vigente.

QUINTA SEMANA

Ética del periodismo.- El deber de respetar el patrimonio social - público de las personas.

La problemática ética del trabajo periodístico en relación al honor de las personas, definido como el patrimonio moral de reconocimiento social que toda persona cultiva a lo largo de su vida.

Responsabilidades del comunicador para acceder al derecho de rectificación y de réplica de los afectados por afirmaciones inexactas o agravantes. Revisión de las normas del Consejo de la Prensa.

SEXTA SEMANA

Ética del periodismo.- El deber de respetar la vida privada.

Las obligaciones del periodista respecto a la privacidad y la intimidad de las personas y de las familias, distinguiendo los casos de funcionarios públicos, personas públicas y personas privadas. La responsabilidad del periodista en relación al manejo de datos personales.

SÉPTIMA SEMANA

Ética del periodismo.- El deber de respetar el secreto de las comunicaciones.

Exposición y revisión de la problemática que atañe a la inviolabilidad y confidencialidad de las comunicaciones privadas, así como a la reserva que la persona desea guardar sobre sus propias convicciones y a la protección de las fuentes informativas del periodismo.

OCTAVA SEMANA

EXÁMENES PARCIALES

NOVENA SEMANA

Ética del periodismo. El deber de respetar los derechos intelectuales.

La creatividad intelectual y artística en el desarrollo cotidiano del trabajo periodístico y la protección que otorgan a ella los denominados derechos de autor, revisando los principales límites establecidos y los usos y costumbres reconocidos en el campo periodístico.

DÉCIMA SEMANA

Ética de la publicidad comercial.

El trabajo del profesional publicitario o publicista en el campo comercial en relación a los principios de legalidad, autenticidad, veracidad y lealtad, enfatizándose la revisión de la problemática referida a la comparación publicitaria, la publicidad de precios, la publicidad dirigida a menores, la publicidad de tabaco y alcohol entre otras.

UNDÉCIMA SEMANA

Ética de la publicidad comercial.

Revisión detallada del Código de Ética del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria CONAR y discusión de casos.

DUODÉCIMA SEMANA

Ética de la propaganda política.

El comunicador dedicado a la comunicación política y la propaganda electoral y el ámbito de orden legal y ético que rige su actividad. Cuestiones relativas a la defensa de valores como la verdad en las promesas electorales, el respeto a los candidatos, la salvaguarda del ornato urbano. Revisión de la regulación establecida mediante pactos cívicos promovidos por organizaciones civiles.

DECIMOTERCERA SEMANA

Ética de la radio y televisión.

Los principios fundamentales en el campo de la radio y la televisión y su conexión con la autorregulación en el aspecto del horario del menor, la equidad e imparcialidad informativa. Las cuestiones éticas dentro de la Ley de Radio y Televisión.

Los códigos de ética de las empresas de radiodifusión. El Código de Ética Unificado de la Comunicación Social.

DECIMOCUARTA SEMANA

Ética de la radio y televisión.

Revisión y discusión de los códigos de ética de las empresas de radiodifusión. El Código de Ética Unificado de la Comunicación Social.

DECIMOQUINTA SEMANA

Ética de la cinematografía.

El trabajo del comunicador en el campo cinematográfico. La cuestión relativa a la regulación de los contenidos de las películas y del espectáculo público cinematográfico, tanto por autorregulación como por regulación oficial. Las características del gremio cinematográfico nacional y su aporte a la labor cultural del estado.

DECIMOSEXTA SEMANA

EXÁMENES FINALES

V. METODOLOGÍA

Las clases comprenden uno o varias de estas partes:

1. Controles de lectura (orales o escritos).
2. Exposiciones temáticas o casuísticas del profesor.
3. Análisis y discusión de casos reales o de ficción, relacionados con las lecturas y las exposiciones.

VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los pesos que corresponden a los rubros siguientes son los ordinarios de la Universidad:

La tarea académica se evalúa mediante:

1. Calificación de los controles de lectura.
 2. Investigación del tema o caso asignado.
 3. Exposiciones de los trabajos.
 4. Participación en clase.
 5. Asistencia y puntualidad.
- Exámenes
- Un examen parcial oral.
 - Un examen final oral.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- 📖 ASPILLAGA, Carmela. Capacidad Educativa de la Publicidad. Universidad de Piura. Piura, 1990. Código Biblioteca U. Lima: 659.1/A82
- 📖 ANTEQUERA, Ricardo; FERREYROS, Marisol. El Nuevo Derecho de Autor en el Perú. Lima: Perú reporting 1996. Apoyo – Opinión y Mercado S.A. Código Biblioteca U. Lima: 346.46/A59
- 📖 BARROSO ASENJO, Porfirio. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Ed. Paulinas, México. 1984. Código Biblioteca U. Lima: 174.9097/B23
- 📖 BRAJNOVIC, Luka. Deontología periodística. EUNSA. Pamplona, España. 1988. Código Biblioteca U. Lima: 174.9097/B81
- 📖 CACERES, Crisólogo; DELGADO, Jaime. Publicidad: Regulación jurídica y práctica comercial. Instituto de

- Estudios del Consumidor. Lima, 1993. Código Biblioteca U. Lima: 347.4/D51
- 📖 GONZALEZ BEDOYA, Jesús. Manual de Deontología Informativa. Madrid, Alhambra, 1987. Código Biblioteca U. Lima: 174.9097/G71.
- 📖 HERRAN, Maria Teresa. ETICA PARA PERIODISTAS. 4A. ED. ACT. Y AUM. Código Biblioteca U. Lima: 174.9097/H44
- 📖 LARCO, Miriam. Discriminación Sexual y Aplicación de la Ley. EN: Derecho Comercial. Volumen III. Defensoría del pueblo. Lima 2000. Código Biblioteca U. Lima: 346.34/P45
- 📖 MORALES CASTILLO, Fabiola, Comp. La Cláusula de Conciencia. Código Biblioteca U. Lima: 343.41/M79
- 📖 NINO, Carlos Santiago. Ética y derechos humanos. Un ensayo de fundamentación, Barcelona, 1989. Buenos Aires, Paidós, 1984. Código Biblioteca U. Lima: 341.1/N 59
- 📖 PERLA ANAYA, José. La prensa, la gente y los gobiernos. Universidad de Lima, 3^{ra}. Edición, 1994. Código Biblioteca U. Lima: 343.41/P45/1997
- 📖 PERLA ANAYA, José. Censura y Promoción en el Cine. Universidad de Lima. Unión Latina. Lima, 1991. Código Biblioteca U. Lima: 348.5785/P45
- 📖 PERLA ANAYA, José. Del dicho al hecho ¿hay mucho trecho? Confrontación entre la propaganda política y la actuación parlamentaria. EN: Cuaderno CICOSUL N°. 11. Universidad de Lima. Lima, 1993.
- 📖 PERLA ANAYA, José. La radiotelevisión. Espectro del poder y del futuro. Universidad de Lima, 1995. Código Biblioteca U. Lima: 348.58T/P45
- 📖 PERLA ANAYA, José. Nuevas normas legales de la cinematografía peruana. Conacine y DEYCO. Lima, 1998. Código Biblioteca U. Lima: 348.5785L/P45
- 📖 PERLA ANAYA, José. Derechos y deberes del Comunicador Peruano. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial 2001.Lima. Código Biblioteca U. Lima: 343.41/P45D
- 📖 PERLA ANAYA, José. ¿La mejor ley es la que no existe? Debate sobre radio y televisión. DEYCO, Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y Consejo Británico. Lima, 2003.
- 📖 PERLA ANAYA, José. La ley pendiente de radio y televisión. Universidad de San Martín de Porres. Lima, 2003. Código Biblioteca U. Lima: 348.58TL/P45
- 📖 PERLA ANAYA, José. Derecho de la Comunicación. Aportes para una nueva disciplina jurídica. Publicado por la Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información AIDIC con el auspicio de la Fundación Konrad Adenauer. Lima, 2003. Código Biblioteca U. Lima: 348.56/P45
- 📖 PEREZ, Gabriel Jaime. Ética de la Comunicación e Identidades Culturales en América Latina. 1993. En UMBRAL XXI. México, Verano 19333, N° 12, p. 61.
- 📖 SALAZAR LARRAIN, Arturo. ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA PERSPECTIVA DE LOS VALORES. 2005. Código Biblioteca U. Lima: 174.9097/S18
- 📖 SALMON JORDAN, Jorge. COMUNICACION MAS ALLA DE LA IMAGEN. 2004. Código Biblioteca U. Lima: 302.2/S18
- 📖 QUIROZ VELASCO, Maria Teresa. Universidad, ética y medios. 2000 UNIVERSIDAD DE LIMA, LIMA. LA ÉTICA Y LA EMPRESA EN EL PERÚ. Código Biblioteca U. Lima: F378.8505/D/3
- 📖 UNIVERSIDAD DE LIMA. Revista CONTRATEXTO N° 7 y 10.
- 📖 UNIVERSIDAD DE LIMA. Revista PERFILES DE LA COMUNICACIÓN. N° 7. Lima, 1993.

I.4. UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN (Lima): **Deontología de la Comunicación**. Pfra. Nelly Aliaga Murria (fecha documento: 15-3-2008)



UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN

SILABO

I. DATOS GENERALES

Facultad	:	Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación
Departamento	:	Idiomas y Ciencias de la Comunicación
Programa Académico	:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura	:	DEONTOLOGÍA EN COMUNICACIÓN
Ciclo	:	X
Número de Horas	:	03 (Teoría: 3, Práctica: 0)
Créditos	:	3.0
Pre-requisito	:	ninguno

Semestre Académico : 2006 - II
Catedráticos : Nelly Aliaga Murray
 Jorge R. Yactayo Sánchez (asistente)

II. SUMILLA

Desarrollar la capacidad práctica de reconocer con claridad lo correcto e incorrecto dentro del ejercicio de sus labores profesionales.

Conocer el marco legal nacional e internacional que los aparan y las instituciones que velan para que su trabajo sea ético y responsable.

Además de contribuir a la formación integral de las estudiantes con ejemplos y debates sobre la aplicación práctica de los principios éticos y morales de la profesión con la adecuada reflexión, juicio crítico, creatividad y flexibilidad.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Lograr una toma de conciencia de la importancia de actuar éticamente en nuestro quehacer diario. Saber los límites y maneras de sortearlos correctamente.

3.2 Objetivos Específicos

- Conocer los Códigos de Ética de los comunicadores en el Perú y en el extranjero.
- Capacitar en la promoción de los principios de ética que norman la práctica profesional en las diferentes áreas de la comunicación.
- Analizar casos relativos a transgresiones a la ética y deontología profesional.

IV. CONTENIDO TEMÁTICO

PRIMERA UNIDAD : LA DEONTOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN

-Primera semana

La ética. La conciencia ética. Las fuentes de la moralidad. Las reglas de la conciencia y los principios éticos. La ética y la calidad.

-Segunda semana

Los códigos éticos. Significado. Contenido. Códigos de éticas nacionales e internacionales. Código de ética del colegio de Periodistas del Perú. El Consejo de la Prensa Peruana. Análisis.

Lectura: Aristóteles. "Ética a Nicómano". Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú y el Consejo de la Prensa Peruana.

SEGUNDA UNIDAD: EL PERIODISTA: PRENSA, RADIO

-Tercera semana

Las virtudes del periodista. Naturaleza ética de la información periodística. Los criterios básicos: responsabilidad social, el derecho del público a saber, precisión y corrección.

-Cuarta semana

Negocio o profesión: Los negocios primero. El papel del anunciante. ¿Profesión, comercio u oficio?. Código de Ética de la Radiodifusión Peruana.

-Quinta semana

Conflicto de interés. Los seductores regalos, giras y prebendas. Análisis de casos.

-Sexta semana

Relaciones con la fuente de información: amistades y enemistades. Fuentes secretas. Engaños y encubrimientos: falsa actuación, patrones de guía para el engaño. Análisis de casos.

-Séptima semana

Fabricando noticias. Análisis de los casos: Janet Cooke y Michael Daly.

-Octava semana

Examen parcial.

-Novena semana

Fotografías incómodas. Privacidad: leyes y ética de la privacidad. Análisis de casos.

-Décima semana

Los periodistas como vigilantes. Secreto y cooperación con el gobierno. Cobertura de juicios. ¿Quién vigila a los vigilantes? La importancia de las auditorias.

-Undécima semana

La información sobre el dolor humano. El morbo. Información sobre violencia y terrorismo. Vídeo.

Lecturas: Casos y proyección de vídeos.

TERCERA UNIDAD:

LA ÉTICA EN LA TELEVISIÓN

-Duodécima semana

Ética en los programas televisivos. Códigos de ética de Panamericana Televisión y Plural TV.

-Decimotercera semana

Virtudes del comunicador audiovisual. Código de ética audiovisual. Análisis.

Lecturas: Código de Ética de Plural TV, Panamerica Televisión y Códigos de éticas de otros países. Casos.

CUARTA UNIDAD:

LA ETICA EN LA PUBLICIDAD

-Decimocuarta semana

Publicidad y valores. Normativa deontológico publicitaria. El Código de Ética y Creativo de la Asociación Peruana de Agencia de Publicidad (APAP). El Código de Ética Publicitaria del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONAR).

Lecturas: Casos. Códigos de la APAP y de la CONAR.

QUINTA UNIDAD:

LA ÉTICA EN LOS COMUNICADORES ORGANIZACIONALES

-Decimoquinta semana

La ética en las organizaciones, empresas e instituciones. El Código de Ética de las Relaciones Públicas (FEREP).

Lecturas: Casos. Código de éticas de la FEREP y de las DIRCOM españolas y europeas.

SEXTA UNIDAD:

LA ÉTICA EN INTERNET

-Decimosexta semana

Ética en Internet. El Código de Ética Profesional de las Empresas de Investigación de Mercado (APEIM). La normativa deontológico de la propaganda electoral.

Lecturas: Código de Ética en Internet, Código de Ética Profesional de la APEIM y Código de Ética para la difusión de encuestas de opinión pública.

-Decimoséptima semana

Entrega de trabajo. Exposición. Examen Final.

V. ORIENTACIÓN METODOLÓGICA

El curso será eminentemente práctico con el propósito de analizar casos concretos sobre el comportamiento ético de los profesionales nacionales o extranjeros y la asignación de trabajos periodísticos, donde la patente sea la responsabilidad ética. Pero también brindaremos un corpus teórico y normativa jurídica que sea la base para que la alumna pueda decidir lo correctamente válido ante situación de duda ética.

VI. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Rubro A. Evaluación continua.

Rubro B. Trabajos y Exposiciones.

Rubro C. Examen Parcial y Final(peso doble).

VII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- AGEJAS, José Ángel. Ética de la Comunicación y de la Información. Ariel Comunicación. Septiembre 2002. España.
- Aristóteles. Ética a Nicómaco. Editorial Gredos. 1993. Madrid.
- ASOCIACIÓN PERUANA DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Códigos de Ética para la difusión de encuestas a la opinión pública. 1999.
- Código de Ética Profesional. 2001.
- BARROSO ASENJO, Porfirio. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad y Relaciones

- Públicas. Ediciones Paulinas. Editorial Verbo Divino. 1994. España.
- Código de Ética de Panamericana Televisión
- Código de Ética de Plural TV
- GONZALEZ PINO, Miguel. Fundamentos de la ética periodística. RIL Editores. Universidad Diego Portales. 2001. Chile.
- GOODWIN, H. Eugene. Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética. TM Editores. Septiembre 1994. Colombia.
- KAPUSCINSKI, Ryszard. Los Cínicos no sirven para este oficio. Editorial Anagrama. 2002. Barcelona.
- Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar). Fundación ara un Nuevo Periodismo Iberoamericano. 2003. México.
- Libro de Estilo de El Comercio. Empresa Editora El Comercio S.A. 1998. Lima.
- Libro de Estilo El País. Ediciones El País. 1998. España.
- M. SWAIN, Bruce. Ética Periodística. Ediciones Tres Tiempos. 1983. Argentina.
- Manual de Ética de la BBC de Londres
- MARTÍN MARTÍN, Fernando. Comunicación Empresarial e Institucional. Editorial Universitas S.A. 2003. España.
- PEJOVES TRELLES. Paola C. Tesina para optar el título de licenciada en comunicación: La ética periodística en el Noticiero 24 Horas y propuesta de un Código de ética. UNIFÉ. 2005. Lima.
- PERLA ANAYA, José. Derechos y Deberes del Comunicador Peruano. SerieComunicaciones. Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial 2001. Abril 2001. Perú.
- La Prensa, la gente y los gobiernos. Universidad de Lima. Fondo de desarrollo editorial. 1997. Perú.
- UNESCO. Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la comunicación. Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. 1980. México.
- VILLANUEVA, Ernesto. Deontología Informativa. Códigos deontológicos de la Prensa escrita en el mundo. Universidad Iberoamericana. 1999. México.
- WEIL. Pascale. La Comunicación Global. Comunicación Institucional y de gestión. Paidós Comunicaciones. 1992. España.

I.5. UNIVERSIDAD INCA Garcilaso de la Vega (Lima): **Valores Socioculturales**. Pfr. Luis Javier Perla Anaya (fecha documento: 15-3-08)

1. DATOS GENERALES

Curso:	Valores socio-culturales
Código	1648
Naturaleza	electivo
N° Créditos:	03
Requisito:	Ninguno
No. de horas semanales:	Teoría : 02
	Práctica:02
	Total :04
Semestre Académico:	2007-I
Ciclo:	Décimo
Profesor:	Mg. Luis Javier Perla Anaya

2. SUMILLA.

- Imparte información básica sobre la reflexión de los valores dentro de su contexto socio cultural.
- Revisar los postulados valorativos en su inserción social, evaluando su significado en la actividad cotidiana y profesional. Manejo de dichos fenómenos en el campo empresarial.
- Invita a la reflexión para la elaboración de nuevas propuestas encaminadas a diseñar bases culturales, concordante con el tiempo y el espacio actual.
- Forma parte de todo el curso de la biodiversidad y el equilibrio ecológico como un valor preponderante. Dialoga sobre los problemas del medio ambiente y cultura. Enumera los efectos del problema.

3. MACROCOMPETENCIAS

- Describe el origen de la construcción de valores a través de la habituación, (hábitos y costumbres) pre establecidos por los distintos segmentos sociales.
- Analiza los problemas socio-económicos y políticos que se suscitan de las relaciones contractuales entre los principios individuales y los valores funcionales sociales..
- Amplia la problemática estructural y conyuntural, haciendo hincapié en temas como discriminación racial, impacto ambiental y distinción de géneros.

4. PROGRAMACIÓN DE LOS CONTENIDOS

UNIDAD I : SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN: LA CULTURA COMO ÁMBITO DE LOS ENCUENTROS.

Microcompetencias:

- La conducta y comunicación en el plano biológico y cultural.
- Las aportaciones de la cultura.
- Cohesión y crisis del sistema cultural. La comunicación.

PRIMERA SEMANA

Sesión 1 y 2:

Características esenciales del comportamiento humano. Carácter orientador de la conducta individual que la cultura de una sociedad tiene para cada individuo.

SEGUNDA SEMANA

Sesión 3 y 4:

Valores y responsabilidades. La Opción Fundamental. Actitudes y acciones. Virtudes y reflexión ética. Los valores culturales ejes del desarrollo humano.

TERCERA SEMANA

Sesión 5 y 6:

Capacidad de decisión. Inteligencia consciente. La ruptura del sistema regulador automático de la conducta se llama libertad.

CUARTA SEMANA

Sesiones 7 y 8:

Aportaciones de los valores en la cultura. Moralidad y moralismo: tres reducciones. Orientación de la conducta de los sujetos. Conjunto de formas de pensar y actuar y su repertorio de experiencias.

UNIDAD II: LOS CÓDIGOS PROFESIONALES EN VALORES

Microcompetencias:

- Importancia de los códigos profesionales.
- Aplicación de las normas reguladoras dentro del sector profesional.
- Conocimiento de la responsabilidad versus la libertad.

QUINTA SEMANA

Sesiones 9 y 10:

Origen y fundamentos de la existencia de los códigos. Presentación y contenido. Definición, utilidad y relaciones.

SEXTA SEMANA

Sesiones 11 y 12:

La búsqueda de la felicidad como expectativa inconsciente de toda cultura. Conjunción de cualidades diversas, en equilibrio, que en conjunto definen un estilo de vida. Modelos culturales en ideales, valores y metas consideradas como prioritarias.

SÉTIMA SEMANA

Sesiones 13 y 14:

Investigación y divulgación. Intervención y auto regulación Actitudes: oponente, cautelosa, colaboradora, integradora. Credibilidad y lealtades. Control financiero. Derecho de rectificación. Concentración de poder.

OCTAVA SEMANA

Sesión 15

Parcial I

UNIDAD III: CONFLICTOS DE LOS SISTEMAS CULTURALES. EL MERCADO Y LOS INTERESES ECONÓMICOS. LOS GREMIOS.

Microcompetencias:

- Conoce lo que el hombre crea desde su libertad como cultura para remediar sus indeterminaciones naturales.
- Considera la convivencia espontánea en forma de costumbre.
- Densifica y sedimenta los roles sociales.
- Institucioniza las conductas.

NOVENA SEMANA

Sesión 9 :

El mercado y los intereses económicos. Investigación contra la comercialización. No existen códigos de ética para contenidos en el espectáculo. Papel de los gremios y su actividad mercantil. Legitimación y justificación teórica.

DÉCIMA SEMANA

Sesión 10:

Juicio ante los espectáculos públicos. Su objetividad. No se da moralidad en el espectáculo, sino en el espectador. La cuestión de la censura. Conveniencia de presentar el mal moral.

DÉCIMA PRIMERA SEMANA

Sesión 11 Y 12:

Ética y salud pública. Los corrientes individualistas y neoindividualistas. Ética de la igualdad y de la equidad. El principio de subsidiariedad.

DÉCIMA SEGUNDA SEMANA

Sesión 13 Y 14:

Ética del funcionario público. El derecho y la seguridad ciudadana. Las veedurías y las fiscalizaciones. La defensoría del pueblo.

UNIDAD IV: DIAGNÓSTICO DE LA SOCIEDAD ACTUAL: EL INDIVIDUO EXTRAÑADO EN UN MUNDO INABARCABLE. ECOLOGÍA Y BIODIVERSIDAD

Microcompetencias:

- La inabarcabilidad como residuo de la revolución burguesa
- La complejidad y la ingobernabilidad
- Las causas profundas de la crisis.

DÉCIMA TERCERA SEMANA

Sesiones 15 Y 16:

La dimensión bioética en salud pública. La promoción de los medicamentos. El médico y sus prescripciones. Responsabilidad compartida de empresarios y comerciantes. Papel de DIGEMID. De la salud como placer, a la salud como buen funcionamiento. Biología y ética del amor propio.

DÉCIMA CUARTA SEMANA

Sesiones 17 Y 18:

Ética, política y economía. Marco general. La semiótica y la propaganda política. La economía dentro del esquema de los valores. Caras en campañas mercantilistas.

DÉCIMA QUINTA SEMANA

Sesiones 19 y 20:

Ética laboral y de la comunicación organizacional. Condicionamientos de las relaciones y jerarquías laborales. Ética del trabajo. Instituciones en la sociedad moderna: familia, sindicato y partidos. Organización de empresa interna y externa. La veracidad.

DÉCIMA SEXTA SEMANA

Sesión 21

Parcial II

DÉCIMA SÉTIMA SEMANA

Sustitutorio

5. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- Para la introducción de las unidades temáticas se utilizará la exposición dialogada. Se realizan ejercicios en aula del desarrollo de las prácticas.

- Los alumnos, en grupos de no más de ocho ni menos de cuatro, elaboran una exposición a lo largo del semestre.

6.- RECURSOS DIDÁCTICOS

- Como equipamiento y material didáctico se utiliza textos guías, separatas, cuaderno de apuntes, hojas de prácticas, videos, proyectores, láminas papelógrafos, recortes periodísticos.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Examen Parcial	(EP)	:	40 %
Tarea Académica	(TA)	:	30 %
Examen Final	(EF)	:	40 %

8. TEXTOS

En la universidad los alumnos están convocados a la lectura y la consulta bibliográfica. Ese es el marco de una vida de estudio. El alumno debe acostumbrarse a frecuentar diccionarios técnicos para aclarar conceptos propios de la especialidad y no debe esperar que sus instructores satisfagan esa curiosidad indispensable. Un alumno universitario debe ejercitarse en la lectura crítica de manuales, de ensayos y de artículos científicos. Comprar libros no es tan importante como asistir a la biblioteca y leer con esmerada atención. Ese es el sentido de la bibliografía que se ofrece.

- AMITAI Y EVA ETZIONI (1995) "Los Cambios Sociales" Edit. Trillas México.
- RUMEY Y MAYER (1986) "¿Introducción a la Sociología?" – F.C.E. México.
- SOROKIN A. PITIRIN (1990) "Sociedad, Cultura y Personalidad" F.C.E. México
- BOTTOMORE, TOM (1991) "La Miseria de la Sociología" Edit. Tecnos .Argentina.
- NADEL, SIEGFRIED (1966) "Teoría de la Estructura Social". Edit. Guaderrama, Madrid.
- MARIÁTEGUI, J.C.(1994) "Alma Matinal y otras Estaciones del año FCE. Lima
- PERLA ANAYA, Javier (1996): Ética y Comunicaciones, reflexiones más allá de los códigos. ALTER-Agencia de Prensa. Lima.

I. DOCENTE

Mg. Luis Javier Perla Anaya.

jperla48@hotmail.com

Docente universitario dedicado al área de comunicaciones, en especial en labores académicas relacionadas con temas de lenguaje, Sociología, deontología, legislación y estrategias de comunicación con habilidades para manejo de grupos de trabajo, organización de eventos, análisis de mercado, y capacidad de convocatoria.

GRADO PROFESIONAL

Estudios concluidos de maestría en Relaciones Públicas y Comunicación Estratégica.

Periodista profesional, Bachiller en Educación y estudios superiores en Filosofía, Letras y Humanidades Clásicas.

I.6. UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL (Lima): **Ética y Deontología**. Pfra. Luz Marina Orellana Marcial. (fecha documento: 3-8-07)

1. DATOS GENERALES

1.1 DEPARTAMENTO	:	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
1.2 ESCUELA PROFESIONAL	:	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
1.3 ESPECIALIDAD	:	
1.4 NOMBRE DE LA CARRERA	:	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
1.5 CICLO DE ESTUDIOS	:	Quinto ciclo
1.6 CRÉDITOS	:	3.0
1.7 ÁREA DE LA ASIGNATURA	:	Formación profesional
1.8 CONDICIÓN	:	
1.9 PRE-REQUISITOS	:	-----
1.10 HORAS DE CLASE SEMANAL	:	4 horas
1.11 HORAS DE CLASE TOTAL	:	68 horas
1.12 PROFESORES RESPONSABLES:		Lic. Luz Marina Orellana Marcial
1.13 AÑO LECTIVO ACADÉMICO	:	2007-I

2. SUMILLA:

Asignatura de naturaleza teórica que pertenece al área básica profesional en el eje del estudio de la comunicación. Los temas que de esta asignatura están referidos a la persona como sujeto moral y la sociedad y la ética. Se enfatiza la ética profesional del comunicador social así como también los límites de la libertad de expresión e información.

3. OBJETIVOS GENERALES

1. Brindar a los estudiantes un conocimiento filosófico de la ética y la moral para que aprenda a reconocerla y aplicarlos en las bases de los procesos comunicacionales. Asimismo, contribuye en el reforzamiento de las actitudes éticos y morales del futuro profesional. Aprende a analizar las legislaciones peruanas sobre su profesión desde el punto de vista moral y ético.

4. APOORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

Se reflexiona acerca de la ética en torno a tres grandes ejes temáticos: personalización, comunidad y trabajo-profesión. El eje de personalización se orienta al encuentro consigo mismo, a la reflexión de la persona como sujeto moral. El desarrollo de la conciencia moral desde el punto de vista psicológico.

El eje de la comunidad se analiza la situación de crisis moral en la sociedad actual y se reflexiona sobre los valores que permiten al hombre interrelacionarse con sus semejantes.

El eje de trabajo-profesión se aborda con criterio crítico las visiones acerca del trabajo para centrarnos en la ética del comunicador social.

5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD Nº	DENOMINACIÓN	Nº DE HORAS
I	La persona como sujeto moral	12 horas
II	La sociedad y la ética	12 horas
III	Ética profesional del Comunicador Social	12 horas
IV	Libertad de expresión y libertad de información	12 horas
V	Deontología	20 horas
	TOTAL DE HORAS	68 horas

6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

PRIMERA UNIDAD

1.1. DENOMINACIÓN: LA PERSONA COMO SUJETO MORAL

1.2. NÚMERO DE SESIONES: (6 sesiones) 12 hrs.

1.3 OBJETIVO ESPECÍFICO: Reflexionar que la persona como sujeto moral realiza la ética. Relacionar el juicio moral y el comportamiento humano.

1.4 CONTENIDOS: La discusión ético/moral. El fenómeno cultural como objeto de la ética. La ética en la modernidad y postmodernidad. El desarrollo de la conciencia moral.

Primera semana: Naturaleza de la ética, desarrollo del juicio moral.

Segunda semana: Moral colectiva y moral personal.

Tercera semana: El desarrollo de la conciencia moral.

1.5 ACTIVIDADES:

Se plantean dilemas morales. Discusión grupal. Exposición de casos.

1.6. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

CAPELLA RIERA, Jorge *Liderazgo y ética en la educación*, documento de trabajo 2002. Pontificia Universidad Católica del Perú.

SPRANGER, Eduardo *Formas de vida*. Revista de Occidente, pp. 287-296.

CAPELLA RIERA, Jorge *Ética Profesional y Educación para la paz*. Plan de Complementación Académica. Pontificia Universidad Católica del Perú. 2001 Pp. 106-118.

SEGUNDA UNIDAD

2.1. DENOMINACIÓN: LA SOCIEDAD Y LA ÉTICA

2.2. NÚMERO DE SESIONES: (6 sesiones) 12 hrs.

2.3 OBJETIVO ESPECÍFICO: Reflexionar acerca de los valores universales en la sociedad peruana.

2.4 CONTENIDOS: Valores universales: libertad, igualdad, respeto activo, solidaridad, diálogo. Presente y futuro de los valores de la sociedad civil.

Cuarta semana: Los valores. Presente y futuro de los valores.

Quinta semana: Los valores y la sociedad civil.

Sexta semana: La paz y cultura de paz.

2.5 ACTIVIDADES:

Se plantean dilemas morales. Discusión grupal.

2.6. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

CORTINA, Adela *El mundo de los valores*. Ética y Educación. Bogotá: El búho (1997) pp. 73-91.

CAPELLA RIERA, Jorge *Ética Profesional y Educación para la paz*. Plan de Complementación Académica. Pontificia Universidad Católica del Perú. 2001 Pp. 106-118.

TERCERA UNIDAD

3.1. DENOMINACIÓN: ETICA PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL

3.2. NÚMERO DE SESIONES: (6 sesiones) 12 hrs.

3.3 OBJETIVO ESPECÍFICO: Reflexionar sobre la ética en los medios de comunicación. Comprender e interiorizar el significado de la ética profesional.

3.4 CONTENIDOS:

Séptima semana: La ética desprotegida en los medios de comunicación

Octava semana: Evaluación parcial

Novena semana: Ética de la imagen informativa

3.5 ACTIVIDADES:

Se plantean debates. Se reflexiona sobre la ética en los medios de comunicación.

3.6. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

ARROYO ALMARAZ, Isidro *Ética de la imagen*, Ediciones del Laberinto, Madrid, 2000.

CODINA, Mónica *De la ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación*.

Santiago de Chile, Universidad Diego Portales, 2001.

GONZALEZ PINO, Miguel Fundamentos de la ética periodística, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales, 2001.

CUARTA UNIDAD

4.1. DENOMINACIÓN: LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LIBERTAD DE INFORMACIÓN

4.2. NÚMERO DE SESIONES: (6 sesiones) 12 hrs.

4.3 OBJETIVO ESPECÍFICO: Reflexionar sobre la ética en los medios de comunicación.

4.4 CONTENIDOS:

Décima semana: Fundamentos de la ética periodística

Décima primera semana: Libertad de expresión

Décima segunda semana: Libertad de información

4.5 ACTIVIDADES:

Exposición de una especialista en el tema. Se reflexiona dónde empieza la libertad de información y dónde termina la libertad de expresión.

4.6. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

VASQUEZ, Aldo *El conflicto entre intimidad y libertad de información*. Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres. Lima, 1997.

PASARA, Luis *El conflicto entre medios de comunicación y justicia*. Lima, 2003.

QUINTA UNIDAD

5.1. DENOMINACIÓN: DEONTOLOGÍA DEL COMUNICADOR SOCIAL

5.2. NÚMERO DE SESIONES: (6 sesiones) 12 hrs.

5.3 OBJETIVO ESPECÍFICO: Reflexionar acerca de los deberes que como periodistas, publicitas y comunicadores deben cumplir según su respectivo código deontológico.

5.4 CONTENIDOS:

Décima tercera semana: Deontología y autorregulación de los medios

Décima cuarta semana: Los códigos de ética que rigen la actividad periodística y publicitaria.

Décima quinta semana: Los códigos deontológicos vigentes en el Perú

Décima sexta semana: Casos de faltas al código deontológico.

Décima séptima semana: Examen final

5.5 ACTIVIDADES:

Se plantean dilemas morales. Discusión grupal.

5.6. BIBLIOGRAFÍA

AZNAR, Hugo *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios*, Editorial Ariel S.A. Barcelona, 1999.

SALMÓN JORDÁN, Jorge *Comunicación: más allá de la imagen*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2004.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1. MÉTODOS.-

En esta asignatura se aplicarán los métodos inductivos (Observación, análisis y comparación) y los métodos deductivos (Síntesis y comprobación). La participación del educando será activa mediante el trabajo en equipo.

6.2. TÉCNICAS.-

Estudio de casos, discusión en pequeños grupos y debates.

6.3. MEDIOS DIDÁCTICOS.-

Libros, separatas, fotografías, vídeos.

7. EVALUACIÓN

Procesal, formativa y sumativa. La evaluación es un proceso y se obtendrá el promedio de los tres controles de lectura, asistencia y participación en clase, exámenes parcial y final.

7.1. TÉCNICAS: Observación, entrevista, controles de lectura

7.2. INSTRUMENTOS: Evaluación estructurada y semi estructurada.

8. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ARROYO ALMARAZ, Isidro *Ética de la imagen*, Ediciones del Laberinto, Madrid, 2000.

AZNAR, Hugo *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios*, Editorial Ariel S.A. Barcelona, 1999.

CAPELLA RIERA, Jorge *Liderazgo y ética en la educación*, documento de trabajo 2002. Pontificia Universidad Católica del Perú.

CAPELLA RIERA, Jorge *Ética Profesional y Educación para la paz*. Plan de Complementación Académica. Pontificia Universidad Católica del Perú. 2001 Pp. 106-118.

CORTINA, Adela *El mundo de los valores*. Ética y Educación. Bogotá: El búho (1997) pp. 73-91.

CODINA, Mónica *De la ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación*. Santiago de Chile, Universidad Diego Portales, 2001.

GONZALEZ PINO, Miguel *Fundamentos de la ética periodística*, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales, 2001.

PASARA, Luis *El conflicto entre medios de comunicación y justicia*. Lima, 2003.

SALMÓN JORDÁN, Jorge *Comunicación: más allá de la imagen*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2004.

SPRANGER, Eduardo *Formas de vida*. Revista de Occidente, pp. 287-296

VASQUEZ, Aldo *El conflicto entre intimidad y libertad de información*. Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres. Lima, 1997.

I.7. UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS (Lima): **Ética y Deontología**. Pfr. Jorge Hani Segunda. (fecha documento: 3-8-07)

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social
SILABO

I.- DATOS GENERALES

1.1. Nombre de la asignatura	Ética y Deontología
1.2. Ciclo	Décimo
1.3. Semestre lectivo	2006 II
1.4. Horas semanales	Tres
1.5. Condición	Obligatorio
1.6. Profesor	Jorge Hani Legunda

II.- SUMILLA

La asignatura está dirigida a formar a los estudiantes en el conocimiento y aplicación de los principios éticos que rigen el comportamiento moral y la responsabilidad social de los profesionales de la información.

III.- OBJETIVOS

- 3.11. Conocer los códigos de ética de los profesionales de la información del Perú y de los principales países del mundo.
- 3.2. Capacitar a los alumnos en el ejercicio de los principios de ética que norman la práctica profesional.
- 3.3. Hacerlos capaces para analizar los casos de trasgresiones a la ética periodística.

IV.- ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El curso será eminentemente práctico, con el fin de analizar casos concretos sobre el comportamiento ético de los profesionales nacionales y extranjeros y la asignación de trabajos periodísticos en los que sea relevante la responsabilidad ética.

V.- EVALUACIÓN

La evaluación se hará en base a los trabajos asignados en cuanto a exposición de los mismos y redacción de monografías y a la calificación de un examen sobre los conocimientos teóricos brindados a lo largo del desarrollo del curso.

VI.- PROGRAMA ANALÍTICO

- 6.1- Las virtudes del periodista
- 6.2. Lo que el público espera de los profesionales de la información
- 6.3. La ética periodística y el respeto al derecho a la privacidad
- 6.4. La ética en la búsqueda y la elaboración de las noticias
- 6.5. La ética en la práctica de abreviar y suprimir noticias
- 6.6. La ética en relación con el sexo en las informaciones
- 6.7. Códigos de ética en los medios
- 6.8. Los códigos ejercidos por los consejos de prensa

VII.- BIBLIOGRAFÍA

GOODWIN, H. Eugene: A la búsqueda de una ética en el periodismo

Quinta edición (1995)

Grupo Editor Latinoamericano S.R.L. Buenos Aires, Argentina

LAMBETH, Edmund B: Periodismo comprometido: un Código de Etica para la profesión.

Cuarta edición (1996)

LIMUSA Grupo Noriega Editores México

RIVERS, WILLIAM L. y METHEWS, Cleeve: La Etica en los medios de comunicación.

Editorial Gernika México D.F.

Quinta Edición 1997

Códigos de ética de los periodistas

Ediciones CIESPAL

Quito, Ecuador

VILLANUEVA, Ernesto: Códigos europeos de ética periodística. Un análisis comparativo.

Segunda edición (1996)

Fundación Manuel Buendía, México

RESTREPO, Javier Darío: El Zumbido y el Moscardón. Taller y consultorio de ética periodística.

Primera edición 2204

Fondo de Cultura Económica, México

Ciudad Universitaria, 15 de agosto de 2005

I.8. UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS (Lima): **Ética Profesional**. Pfr. Guillermo Nugent (fecha documento: 3-8-07)



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS
Laureate International Universities®

SÍLABO

I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	: Ética Profesional
CÓDIGO	: CO09
CICLO	: 2007-1
PROFESOR	: Guillermo Nugent
CRÉDITOS	: Tres
HORAS SEMANALES	: Tres

ÁREA O CARRERA

: Periodismo / Publicidad

II. INTRODUCCIÓN

El curso pretende interesar a los estudiantes en el razonamiento moral a partir de su experiencia diaria y la memoria acumulada en el plano individual y el colectivo. Como se trata, además, de personas jóvenes se pondrá énfasis en la capacidad de formular proyectos de vida, con especial atención al conflicto, frecuente, entre vocaciones personales y conveniencias sociales. Se trata de establecer una relación entre la manera de imaginar la vida personal y el tipo de comunidad a la cual se pertenece o se desea pertenecer.

El curso está dividido en dos partes, la primera dedicada a una exploración de las realidades individuales y la capacidad de desarrollar una narrativa de sí mismo. La segunda parte está orientada a la discusión de realidades públicas.

III. LOGRO (S) DEL CURSO

El estudiante reconoce los diferentes niveles y complejidades de la realidad del mundo. La distinción entre realidad y placer no siempre es una oposición entre ambos términos. Lo central es la capacidad de poder diferenciar esas dimensiones en las variadas circunstancias vividas y según el momento de la existencia en que cada quien se encuentra.

El logro fundamental del curso será que los estudiantes lleguen a descubrir la dimensión moral como un espacio de creatividad y crecimiento personal y colectivo y en consecuencia, dejen de lado la ignorancia moral respecto de los demás y de sí mismos.

IV. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: INDIVIDUALIDAD	
LOGRO: Deseo de saber de sí mism@.	SEMANA (S)
TEMARIO: - 1.- Lo agradable vs. Lo real. - Texto: S. FREUD: - Formulaciones sobre los dos principios del acaecer psíquico. En: Obras completas. Vol. 12. Ed. Amorrortu, Bs. As.	1-2
- 2.- Los sentimientos morales, y las acciones correspondientes - Texto: B. SPINOZA: - Ética. Demostrada al modo geométrico. Cap. III - Madrid, Ed. Alianza 1990	3-4
- 3 . ¿Por qué hay dificultades morales? - Texto: Peter SLOTERDIJK: - ¿Por qué me toca a mí? Conjeturas sobre el animal que topa consigo, se propone lo grande, a menudo no avanza un paso y, a veces está harto de todo. En: Extrañamiento del Mundo Valencia. Ed. Pre-textos 1998 pp. 27-85	5
- 4.- Nuevas formas de relación con la realidad - Texto: Peter SLOTERDIJK - ¿Qué quiere decir asumirse? Ensayo sobre la afirmación. En: Id. Pp.259-283	6
- 5.- La familiaridad en el trato como orientación moral - Textos: Richard RORTY: - Ética sin obligaciones universales en: El Pragmatismo, una versión. Barcelona: Ed. Ariel 2000 pp.201-224. - La justicia como lealtad ampliada en: Id. Pp.225-248.	7

UNIDAD 2: COMUNIDAD	
LOGRO:	SEMANA(S)

Reconocer las presencias de los demás.	9-14
TEMARIO: 1.- El regalo: La caridad, el amor y el soborno. Para entender la corrupción.	
Texto: M, MAUSS: Ensayo sobre los dones. Razón y forma del cambio en las sociedades primitivas. En: Sociología y antropología. Ed. Tecnos, Madrid, 1971.	10-11
Texto: R. Da Matta: ¿Usted sabe con quién está hablando? En: Carnavales, héroes y malandros. Para una sociología del dilema brasileño. Ed. FCE.	12-13
2- ¿Dónde está el malestar en la actualidad? Texto: S. FREUD: El Malestar en la cultura en: Obras completas. Bs. As. Ed. Amorrortu.	14-15

V. METODOLOGÍA

Los estudiantes deben llegar a la clase con la lectura hecha y participar en la discusión de los textos a partir de las preguntas personales de cada cual. En las discusiones se incorporan elementos de actualidad, así como referencias de material audiovisual, televisión y cine en particular.

VI. EVALUACIÓN

FÓRMULA:

$$PF = CL1(0,20) + CL2(0,20) + TB1(0,30) + TB2 (0,30)$$

CRONOGRAMA

Unidades	Fecha	Tipo de evaluación	Peso	Recuperable
1		Primer informe de lectura	20%	No
1		Primer Ensayo	30%	No
2		Segundo informe de lectura	20%	No
2		Segundo Ensayo	30%	No

VII. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

R. DA MATTA:

Carnavales, héroes y malandros. Para una sociología del dilema brasileño. Ed. FCE.

S. FREUD

Formulaciones sobre los dos principios del acaecer psíquico. En: Obras completas, Vol. 12. Bs. As: Ed. Amorrortu.

(150.195 FREU/O)

El malestar en la cultura. En: Obras completas, Vol. Bs: As. Ed. Amorrortu.

D, HUME

1993 Investigación sobre los principios de la moral caps. 1,9 y Apéndices. Madrid: Ed. Alianza.
(170 HUME)

R. DARNTON

2003 Sexo para pensar; en: El Coloquio de los lectores. México: Ed. FCE.
(90 DARN)

I. KANT

Fundamentación para una metafísica de las costumbres Ed. Alianza.

R. RORTY

2000 El Pragmatismo, una versión Ed. Ariel.

R. SENNETT

2003 Respeto. La dignidad humana en una era de desigualdad; caps. 1-3. Barcelona: Ed. Anagrama.
(305 SENN)

P. SLOTERDIJK

1998 Extrañamiento del mundo. Valencia Ed. Pre-textos.

M, MAUSS:

- 1971 Ensayo sobre los dones. Razón y forma del cambio en las sociedades primitivas. En: Sociología y Antropología. Ed. Tecnos, Madrid.

I.9. UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN (Lima): **Ética y Deontología Profesional**. Pfr. Queleón Elmer Mamani Quispe. (fecha documento: 3-8-07)



Universidad Peruana Unión

Carret. Central Km. 19.5 Ñaña. Telf. 359-0094 / 359-0060 / 359-0098 Fax 359-0063 Casilla 3564 Lima 1, Perú

S Í L A B O

I.

Información General

1. Facultad:	Facultad de Ciencias Humanas y Educación
EAP:	E.A.P. de Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Ética y Deontología Profesional
Pre-requisito(s):	-
2. Ciclo:	9
3. Número de Créditos:	4
4. Total Horas:	4
5. Nota Aprobatoria :	13
6. Nombre del Profesor :	Mg. Mamani Quispe Queleón Elmer
7. Semestre Académico:	Primero.
8. Fecha (Inicio - Final):	05/03/2007 - 29/06/2007

II. Sumilla

El curso de Ética y Deontología Profesional, es una asignatura teórico-práctica de formación profesional obligatoria y especializada de competencias y contenidos transversales aplicables a todo el currículo de la carrera profesional del comunicador unionista, a través de los cursos de Formación Cristiana, que destacan la preponderancia de Dios en la vida del hombre y su fundamento en el amor por el prójimo. Asimismo, la asignatura ofrece competencias para desempeñar una función productiva en diferentes contextos y con base en los requerimientos de calidad esperados en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, para que a partir de una reflexión situada sobre los principios, valores y normas de conducta cristianas, los caracterizarán profesionalmente en su desempeño a favor de la sociedad.

III. Competencias

1. Conoce las normas éticas y los principios deontológicos que a pesar de no estar delimitados jurídicamente son exigibles en el mundo de la comunicación
2. Identifica, analiza con conciencia crítica y pone en práctica responsablemente los principios, valores y normas de conducta cristianas que caracterizan el ejercicio humano y profesional del comunicador

IV. Competencias específicas

1. Identifica y diferencia los conceptos y fundamentos teóricos requeridos para la comprensión de la ética y la resolución de los problemas de la relación entre ética y comunicación en una sociedad plural
2. Adquiere los conocimientos teóricos y aprende a aplicar las reglas de conducta fundamentales para actuar correctamente ante los dilemas/problemas éticos que se presenten en el ejercicio de su profesión
3. Sienta las bases para desarrollar una conciencia exacta, justa y práctica en los deberes y responsabilidades que tendrán como futuros comunicadores
4. Comprende y asimila la relación existente entre calidad profesional y la ética
5. Conoce y analiza el código de ética del sector del profesional de comunicaciones, en base a estudios de casos
6. Aplica a las situaciones de su vida y su trabajo principios, valores y normas del ejercicio de la profesión, en la perspectiva de la ética civil y en la moral cristiana, en el contexto de respeto a la libertad de conciencia y de opción con respecto a lo religioso.
7. Se inicia en la investigación ético-deontológica

V. Contenido Programático

Unid. 1 UNIDAD 1 EL AMBITO DE LA ETICA Y DEONTOLOGÍA Y SU RELACION CON LA COMUNICACIÓN

N°	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	05/03 - 11/03/2007	Elabora su proyecto de vida y profesional Conoce, reflexiona y conceptualiza	Presentación e introducción al curso, preconceptos y aproximaciones iniciales a	Participación individual, lluvia de ideas, comentarios relacionados a este punto.

		términos básicos	los conceptos y definiciones claves: Moral y ética, deontología, los valores y su jerarquía, religión, conducta	Sensibilizarlos para desarrollar su capacidad de análisis
2.	12/03 - 18/03/2007	Conoce la los principios y funciones de la ética. Redefine el concepto de bien dentro de la conducta humana	La dimensión ética humana. Principios fundamentales de la ética en el mundo de la comunicación. La autoestima una actividad mediadora para la práctica profesional	En forma grupal indagan sobre el tema. Formulación de conceptos. Analizan y confrontan hechos y situaciones vivenciales. Debate estudios casuísticos y debate grupal sobre el quebrantamiento de principios.

Unid. 2 UNIDAD 2 TEORÍAS ÉTICAS DE LA COMUNICACIÓN

Nº	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	19/03 - 25/03/2007	Conoce y diferencia las teorías éticas de la comunicación	El lugar de la ética en los medios de comunicación Ética hermenéutica. Ética discursiva, Ética personalista-comunitaria y medios de comunicación	Indagan sobre el tema, debaten y comentan individualmente
2.	26/03 - 01/04/2007		Ética situacional, Ética deontológica, Ética axiológica y medios de comunicación	Indagan sobre el tema, debaten y comentan individualmente

Unid. 3 UNIDAD 3 ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

Nº	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	02/04 - 08/04/2007	Conoce, analiza, y asume el nivel de responsabilidad a nivel profesional, empresarial y destinatarios / audiencias	Vertientes en la ética profesional: responsabilidad del profesional, responsabilidad de la empresa y la responsabilidad de las audiencias ante el uso de los medios	Indagan sobre el tema, participación, pautas que permitan fundamentar el tema, debate y análisis de hechos reales y presentación de casos.
2.	09/04 - 15/04/2007	Valora la verdad, la libertad y actúa con responsabilidad como profesional	La verdad y sentido en la comunicación. Libertad y responsabilidad social en la comunicación	Fundamentar el tema, discuten y comentan algunos supuestos prácticos y lecturas
3.	16/04 - 22/04/2007	Respeto los derechos humanos y actúa con justicia	Justicia y reconocimientos de los derechos humanos en la comunicación. Derechos de autor. Derecho de rectificación.	Estudio casuístico y debate grupal de casos.
4.	23/04 - 29/04/2007	Reflexiona sobre algunos problemas éticos y propone tratamientos, distinguiendo valores y comportamientos amoraes.	Dilemas éticos actuales y sus posibles soluciones. Tratamiento ético de la controversia pública, el conflicto y la crisis. Tratamiento de la interculturalidad	Discuten y comentan algunos supuestos prácticos y comparten lecturas con su respectiva exposición en el aula: videos, representaciones, redacciones, etc.
5.	30/04 - 06/05/2007		Tratamiento ético de la sexualidad en los medios	Discuten algunos supuestos prácticos, analizan y comparten lecturas
6.	07/05 - 13/05/2007	Demuestra sus conocimientos - evaluación	Trabajo productivo: presentación de trabajos	Presentación de trabajos, comentarios, crítica y coevaluación de los mismos

Unid. 4 UNIDAD 4 NORMAS DEONTOLOGÍAS BÁSICAS

Nº	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	08/05/2007	Define y relaciona la deontología en distintas culturas y analiza el fundamento de la misma.	La Deontología: Etimología, naturaleza, concepto. Normas deontológicas y ética de la información	Aplicación en el aula, participación, pautas que permitan fundamentar el tema, comentarios.
2.	14/05 - 20/05/2007	Define a los códigos de conducta profesional, su utilidad en el desempeño de laboral. Analiza la realidad de los códigos éticos en comunicaciones	Códigos de ética/conducta profesional: periodismo, publicidad, relaciones públicas, audiovisuales, Internet y gabinetes de prensa y ética de la información especializada. Colegiación.	Indagan sobre el tema. Visitan el colegio profesional del sector y se informan sobre los códigos existentes. Análisis de los códigos existentes a nivel nacional e internacional.

Unid. 5 UNIDAD 5 DEONTOLOGÍA EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Nº	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	04/05 - 10/05/2007	Reconoce el papel del comunicador en el nuevo contexto tecnológico: códigos que recaen en la conciencia del profesional y su autorregulación pactados con las empresas, los clientes y las instituciones sociales	Autorregulación profesional. Manipulación, desinformación e información falsa. Informe de lectura: libro seleccionado - sustentación- análisis	Indagan sobre el tema, debe analizar y confrontar hechos y situaciones vivenciales. Debate y análisis de casos. Informe de lectura
2.	21/05 - 27/05/2007	Analiza posición de autores sobre la ética, deontología y comunicaciones.	Normas éticas en radiodifusión, en televisión	Exposición, análisis, comentarios, debates, preguntas.
3.	28/05 - 03/06/2007	Conceptualiza y relaciona la ética y la deontología de las comunicaciones.	Normas éticas en otros campos: fotografía, cine, Internet, tratamiento de las imágenes, etc. De la ética de la comunicación a la deontología de la comunicación	Aplicación en el aula: analizar y confrontar hechos y situaciones vivenciales. Sociodramas. Informe de lectura.

Unid. 6 UNIDAD 6 LA ETICA CRISTIANA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Nº	Fecha	Capacidades	Tema	Metodología/Actividad
1.	11/06 - 17/06/2007	Analiza la realidad ética de la profesión en los medios de comunicación y en otras organizaciones y sus repercusiones en la sociedad. Comprende que sin ética no es un auténtico profesional	Ética y moral de la comunicación en la perspectiva de la fe. Prioridades espirituales del comunicador. El Sermón del Monte.	Indagan sobre el tema, analizar y confrontar hechos y situaciones vivenciales. Debate y análisis de casos.
2.	18/06 - 24/06/2007	Analiza y reconoce la actitud de informar sobre algunos aspectos sensibles a la sociedad.	La información sobre el sufrimiento humano: Muerte y violencia. Eutanasia y aborto. Información sobre salud. Guerra y terrorismo.	Sensibilización para desarrollar su capacidad de análisis, comentarios de hechos coyunturales.
3.	25/06 - 01/07/2007	Aplica a las situaciones de su vida y su trabajo principios, valores y normas del ejercicio de la profesión, en la perspectiva moral cristiana. Inicia en la investigación ético-deontológica	Perfil profesional del tercer milenio. Evaluación formativa: autoevaluación y Coevaluación Examen final: heteroevaluación	Ejercicio ético. Presentación de investigaciones ético-deontológica

VI. Metodología

Conceptual

- Argumentación.
- Conceptualización.
- Discusión estructurada.
- Diálogo y discusión.
- Enseñanza en grupo.
- Estudio independiente y grupal
- Exposiciones temáticas.
- Exposición oral.
- Gráficos.
- Trabajo dirigido.
- Sociodramas

Procedimental

- Aprendizaje basado en problemas
- Brainstorming. (Lluvia de ideas)
- Comprensión de lectura
- Dinámicas grupales
- Discusión dirigida.
- Estudio de casos.
- Metacognición, autoevaluación
- Montajes audiovisuales.
- Role playing (juego de roles).
- Toma de decisiones

Actitudinal

- Actitud crítica.
- Análisis de valores.
- Autorregulación.
- Clarificación de valores.
- Dilemas morales.
- Jerarquización de valores.
- Juego de simulación.
- Participación creadora.
- Reflexión.
- Técnicas de Autoevaluación.
- Vivencia Directa

VI. Metodología

Conceptual

- Argumentación.

Procedimental

- Aprendizaje basado en problemas

Actitudinal

- Actitud crítica.

- Conceptualización.
- Discusión estructurada.
- Diálogo y discusión.
- Enseñanza en grupo.
- Estudio independiente y grupal
- Exposiciones temáticas.
- Exposición oral.
- Gráficos.
- Trabajo dirigido.
- Sociodramas
- Brainstorming. (Lluvia de ideas)
- Comprensión de lectura
- Dinámicas grupales
- Discusión dirigida.
- Estudio de casos.
- Metacognición, autoevaluación
- Montajes audiovisuales.
- Role playing (juego de roles).
- Toma de decisiones
- Análisis de valores.
- Autorregulación.
- Clarificación de valores.
- Dilemas morales.
- Jerarquización de valores.
- Juego de simulación.
- Participación creadora.
- Reflexión.
- Técnicas de Autoevaluación.
- Vivencia Directa

VII. Evaluación

Nº	Fecha	Estrategia – Descripción	Ponderado
1.	18/03/2007	Exposiciones. Focaliza y expone temas ante el plenario/aula: iniciativa, originalidad, uso de recursos, argumentación en torno al trabajo y aplicaciones teóricas y prácticas.	20 %
2.	09/05/2007	Destrezas Prácticas. Destrezas y conocimientos manifestados a lo largo del curso (participación en clase, trabajo en grupo, trabajos personales: Habilidades intelectuales, prácticas y transferibles en el ejercicio de la profesión-especialidad: originalidad, a manera de evaluación continua	15 %
3.	09/05/2007	Trabajo Productivo. Presentación - exposición abierta al público. Cinco faltas de ortografía o más en el examen final, o en cualquier ejercicio durante el curso, significarán una calificación de suspenso en tal examen o ejercicio.	15 %
4.	21/05/2007	Exposiciones. Hace un análisis crítico del libro seleccionado individualmente de la bibliografía básica u otra de la materia en estudio. Se penalizará la entrega tardía y las faltas ortográficas	15 %
5.	24/06/2007	Examen Final. conocimiento y las habilidades adquiridos por el alumno en los temas 01-17 de la asignatura: Conoce las normas éticas y los principios deontológicos que son exigibles en el mundo de la comunicación y evidencia responsablemente los principios, valores y normas de conducta cristianas que caracterizan el ejercicio profesional de la comunicación	15 %
6.	25/06/2007	Aspecto Formativo. Asistencia, puntualidad, responsabilidad, participación activa, práctica de valores	20 %
7.	26/06/2007	Otro. Es posible, además, subir hasta un punto de la nota final gracias a la lectura de forma personal de alguno de los libros que aparecen en la bibliografía recomendada, o de los que irán apareciendo a lo largo del curso, o cualquier otro texto relacionado con la temática de la asignatura. El alumno que desee hacer este tipo de lectura habrá de comentárselo al profesor con dos semanas de anticipación, y luego tendrá con el profesor una charla personal en tutoría para dar cuenta de tal lectura	0 %
Total:			100 %

VIII. Bibliografía

1. ACHA IRIZAR, Félix. "Ética y Moral". Edit. Mensajero. Bilbao. 1980
2. ALUJA, Martín. "El papel de la ética en la investigación científica". Edit. Academia Mexicana de Ciencias. México D. F. 2004
3. AZNAR, Hugo. "Ética de la comunicación y nuevos restos sociales". Edit. Paidós. Barcelona. 2005
4. BLASQUEZ, Niceto. "Ética y medios de comunicación". Edit. Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid. 1994
5. BRUNET, Graciela. "Hablemos de ética: la formación ética". Edit. Talls Grafs Brown. Rosario 1998
6. CIPRIANI THORNE, Enrique. "Ética y política". Edit. Prografsa. Lima. 1990
7. CORTINA, Adela. "Razón comunicativa y responsabilidad solidaria". Edit. Sigueme Salamanca 1985
8. GARGUREVICH, Juan. "La prensa sensacionalista en el Perú". Edit. PUCP. 2002
9. GARRIDO LORA, Manuel. "Violencia, televisión y publicidad". Edit. Alfar. Sevilla. 2004
10. GARZA DE FLORES, Rosa María. "Ética: un enfoque de procesos de pensamiento". Edit. Alambra. México D. F. 1993
11. GILES, Jaime. "Bases bíblicas de la Ética". Edit. Casa Bautista de publicaciones. Cali. 1975
12. HARING, Bernhard. "Ética de la manipulación". Edit. Herder. Barcelona. 1985
13. HOLLER FIGALLO, Frieda. "Ese dedo meñique". Edit. Amores Libros. Lima 2003
14. KOVACS HALAY, Istvan J. "Relaciones Públicas: Ética, valores y teorías". Edit. IMPRENTA Unión de la UPeU. Lima. 2007.
15. IKEDA, Daisaku. "Una ética global de coexistencia". Edit. Soka Gakkai Internacional. Tokio. 2003
16. IRIARTE, Gregorio. "Formación en los valores". Edit. Kipus. Cochabamba. 2004
17. JONAS, Hans. "El principio de la responsabilidad". Edit. Herder. Barcelona. 1995

- .
- 18 LAMBETH Edmund B. "Periodismo Comprometido: Un código de ética para la profesión". Edit. Limusa. 1993
- .
- 19 MAC INTYRE, Alasdair. "Historia de la ética". Edit. Paidós. Barcelona. 1982
- .
- 20 MEJIA REGALADO, Miguel. "El Rating ¿Cómo entender los números mágicos? Edit. USMP. Lima 2002
- .
- 21 MOLINERO, Cesar. "Libertad de expresión privada". Edit. ATE. Barcelona. 1981
- .
- 22 MONROY MORANTE, Jesús. "El empresario y la comunicación". Edit. OIT. España. 1999
- .
- 23 MORALES CASTILLO, Fabiola. "La cláusula de la conciencia". Edit. Congreso de la República. Lima. 2003
- .
- 24 REGAL ALBERTI, Bernardo. "Fundamentos de Ética profesional" Edit. U. de Lima. 1988
- .
- 25 RODRIGUEZ LUÑO, Ángel. "Ética general". Edit. Gunsa. Barcelona. 1991
- .
- 26 RUIZ, Daniel J. "Ética y deontología docente". Edit. Braga S. A. Buenos Aires.
- .
- 27 SANTUC, Vicente. "Búsqueda de la filosofía en el Perú de Hoy". Edit. Centro de Estudios Regionales andinos. Cusco. 1992
- .
- 28 SCHMIDT, Eduardo. "Ética y negocios para América Latina". Edit. Universidad del Pacífico. Lima. 2000
- .
- 29 SIMON, Rene. "Moral". Edit. Herder. Barcelona. 1984
- .
- 30 Sociedad Bíblica. "La Biblia de Estudio Dios Habla Hoy". USA 1995
- .
- 31 VICENTE REQUEJO, Juan. "El periodismo en el Perú". Edit. Centro de documentación en información Andina. Lima. 1986
- .
- 32 VIDAL, Marciano. "Conceptos fundamentales de ética teológica". Edit. Trotta. Valladolid. 1992
- .
- 33 WHITE, Elena G. de. "La educación"
- .
- 34 WHITE, Elena G. de. "Mente, carácter y personalidad" Ts. 1 y 2
- .
- 35 WHITE, Elena G. de. "Servicio cristiano"
- .

IX. Enlaces en Internet

1. Asociación Española de Ética y Filosofía Política: <http://www.eticayfilosofiapolitica.org>
2. Diarios. Blog de Arcadi Espada: <http://arcadi.espasa.com>
3. El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC): <http://www.audiovisualcat.net>
4. Ethics Resource Center (ERC): <http://www.ethics.org>
5. Ethics Updates: <http://ethics.acusd.edu/Glossary.html>
6. Ethics Updates Home...: <http://ethics.acusd.edu/Glossary.html>
7. Infoamérica: http://www.infoamerica.org/teoria/teoricos_uno1.htm
8. Instituto de Investigación de Medios de Información: <http://www.memri.org/espanol/>
9. Mexicana de comunicación. Com: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/librosenlinea/codigos/etica>.
- 10 Motor de búsqueda: Google académico BETA
- .
- 11 Motor de búsqueda: www.scirus.com
- .
- 12 Motor de búsqueda: http://www.infomine.com/welcome_es.asp
- .
- 13 Motor de búsqueda: <http://www.live.com/>
- .
- 14 Motor de búsqueda: amazon.com
- .
- 15 Philosophy Resources on the Internet: <http://www.epistemelinks.com/Main/Topics.aspx?TopiCode=Eth>
- .
- 16 The Australian National University - Faculty of Art: <http://arts.anu.edu.au/Philosophyandfilm/videodata/search.asp>
- .

I.10. UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA (Lima): **Ética y Deontología Periodística**. Pfr. Erick Casiano Valdivieso. (fecha documento: 3-8-07)



**ASOCIACION
UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

SILABO

Asignatura: **ÉTICA Y DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA**

CÓDIGO: CC0855

1. DATOS GENERALES:

1.1.	Ciclo de Estudios	:	VIII
1.2.	Créditos	:	3
1.3.	Condición	:	Obligatoria
1.4.	Pre requisito	:	Ninguno
1.5.	Horas de clase semanal	:	Teoría 2 Horas Practica 2 Horas)
1.6.	Semestre Académico	:	2007-I / 2007-2

2. SUMILLA

Comprende el estudio de aspectos generales y específicos de la Ética y Deontología, en relación al ejercicio profesional humanista y decente y manejo de la información, fuentes, líneas editoriales, presiones sociales, culturales, políticas, económicas, etc. del Periodismo.

La asignatura está orientada a perfeccionar el dominio del código de ética que norma el ejercicio de la profesión.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los estudiantes de Comunicación Social los principios, fundamentos y paradigmas teórico-prácticos de la Ética y la Deontología aplicadas al Periodismo, para que el futuro profesional esté preparado para asumir una conducta decente, honesta y éticamente correcta en el ejercicio profesional.

3.2. Objetivos Específicos:

- Identificar los principios de la Ética y Deontología Periodística.
- Explicar los principios, criterios, y normas que regulan la conducta y el desempeño del Periodista.
- Lograr un compromiso ético con las normas que rigen el ejercicio del periodismo profesional.





**ASOCIACION
UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

4 PROGRAMACIÓN POR CONTENIDOS

SEMANA	SESION	TEMAS
Primera	1ra	Tema: Ética: espacio y medio <i>Introducción - Objet. - Contenidos</i>
	2da.	<i>Ética Espacio - Medio - Conceptos</i>
Segunda	3ra.	Tema: Ética y Moral <i>Ética Moral</i>
	4ta.	<i>Ética y Moral Práctica</i>
Tercera	5ta.	Tema: Ética, moral y deontología. <i>Ética Deontología (Cód. (Título))</i>
	6ta.	<i>Ética Deontología Casos.</i>
Cuarta	7ma.	Tema: Ética aplicada <i>Ética Periodística - Medios Comunicación</i>
	8va.	Primer Control de Lectura <i>Primer Periodismo Hechos Personales</i>
Quinta	9na.	Tema: Moral profesional y Ejercicio Profesional <i>Deberes de Periodista</i>
	10 ma.	PRIMER EXAMEN PARCIAL
Sexta	11va.	Tema: La eticidad en los distintos tipos de prensa. <i>Especialidad de Prensa</i>
	12va.	Tema: Ejercicio profesional y moral profesional. <i>Libertad Expresión</i>
Séptima	13va.	Tema: La Dignidad Humana y sus implicancias éticas. <i>I</i>
	14va.	<i>El Dº a la Información y la Libertad de Prensa II</i>
Octava	15ta.	Tema: Ética y fuentes de Información <i>Libertad de Información - Injurias y Difamación</i>
	16ta.	Segundo Control de Lectura
Novena	17va.	Tema: Verdad, objetividad en la noticia. <i>Secreto profesional y</i>
	18va.	<i>Prensa y las Fuentes II Pº Rectificación</i>
Décima	19va.	Tema: Análisis ético de informaciones escritas y filmicas. <i>Los Hechos y</i>
	20 va.	SEGUNDO EXAMEN PARCIAL
Décimo Primera	21va.	Tema: Ética, publicidad y propaganda. <i>Ética de la Publicidad</i>
	22da.	
Décimo Segunda	23va.	Tema: Los códigos de ética periodística. <i>ÉTICA NACIONAL I</i>
	24ta.	Tercer Control de Lectura
Décimo Tercera	25ta.	Tema: Códigos de ética periodística (II parte) <i>ÉTICA INTERNACIONAL II</i>
	26va.	Tema: Ética y cultura de la imagen. <i>La evolución de los Medios</i>
Décimo Cuarta	27va.	Tema: lectura obligatoria a elegir <i>(Lectura de 2º y 3º Prensa)</i>
	28va.	Tema: Géneros periodísticos y ética. (1ra. Parte) <i>RATING</i>
Décimo Quinta	29na.	Tema: Géneros periodísticos y ética. (2da. Parte). <i>Ética objetividad.</i>
	30va.	Tema: Trabajo monográfico sobre prensa amarilla y la ética. <i>Amorosa</i>
Décimo Sexta	32va.	Tema: Exposición de trabajos y debates interactivos.
	33va.	
Décimo Séptima	34ta.	TERCER EXAMEN PARCIAL

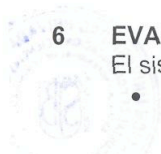
5 METODOLOGÍA

- 5.1 Empleo de la deducción, inducción y el análisis.
- 5.2 Presentación de casos, Lecturas y visionado de videos
- 5.3 Análisis participativos de los alumnos, Observación y dinámica de grupos.
- 5.4 Exposiciones individuales y grupales en clase y presentación de trabajos.

6 EVALUACIÓN:

El sistema evaluativo, para aprobar la asignatura, es el siguiente:

- La calificación es en la escala vigesimal, de cero (0) a veinte (20)





**ASOCIACION
UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

- Una nota mínima aprobatoria de 11.
- La fracción decimal mayor igual a 0.5 redondea la nota al número entero inmediato superior.
- El promedio final se obtiene promediando las 4 notas siguientes:
 - 3 exámenes parciales
 - 01 de actividad académica (participación activa en clase, prácticas, exposiciones orales, trabajos escritos, exámenes de laboratorio, etc.)
- La asistencia a clases es obligatoria. El ingreso tiene una tolerancia máxima de 10 minutos. La asistencia debe ser regular sin exceder del 30% de faltas. No se considerará el examen de rezagados para el tercer parcial.
- Los exámenes parciales no son cancelatorios.

7. MATERIALES Y EQUIPOS

7.1 Equipos e Instrumentos: Retroproyector, Computadora, Grabadora, Videograbadora, Proyector multimedia. (Data show).

Materiales:

Filminas para transparencias, directorio electrónico, videos.

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Bibliografía Básica:

- Weld Penbody, Francis. (2003) Manual de ética. American College of Phisicians. USA. Edic. 2003
- Aznar, Hugo. Ética y Periodismo. Paidos. 2004.
- Velásquez, Luis. (2003) Trazos para un código de ética periodística. Fundación Manuel Buendía. Revista Mexicana de Comunicación.



I.11. UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA (Lima): **Ética y Comunicación**. Pfr. Ana Ma. Rosell Rosenthal. (fecha documento: 5-9-07)



**Universidad
San Ignacio
de Loyola**

Complutense de Madrid, 2008.

SÍLABO

AREA	:	CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN		
CURSO	:			ÉTICA Y COMUNICACIÓN
PRE – REQUISITO	:	160 CRÉDITOS		
CREDITOS	:	2	HRS. TEORIA: 2	HRS. PRACTICA: 0
PERIODO	:	2007-II		
PROFESOR	:	ANA MARIA ROSELL ROSENTHAL	EMAIL: amrosell@gmail.com	
			tartacovsky@yahoo.com	
COORDINADOR	:	RICARDO RAMOS JARAMILLO	EMAIL: rramos@usil.edu.pe	

I SUMILLA, SUMARIO, RESUMEN, ABSTRACT.

El presente curso desarrolla el concepto de ética aplicándolo a la carrera del comunicador en sus diferentes especialidades. Se aborda este tema como base imprescindible para el desarrollo del profesional y de la empresa de Comunicaciones.

II COMPETENCIA GENERAL

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Analizar el comportamiento humano desde el concepto de la ética y la moral.
- Identificar las diferentes maneras de percibir el universo.
- Reconocer el rol decisivo del comunicador en la construcción mediática de mensajes y su responsabilidad social frente a ello.
- Ser responsable de los juicios de valor como comunicador social en el ejercicio de su profesión y al interior de su vida personal a fin de mejorar su calidad de vida.

III METODOLOGIA.

El curso tendrá una diaria base teórica, nutrida de videos, lecturas y casos sobre las comunicaciones nacionales e internacionales. Cada sesión se realizará dentro de una modalidad de *mesa redonda*, donde cada alumno tendrá la oportunidad de intercambiar puntos de vista sobre los conceptos analizados y los temas presentados.

IV. CONTENIDOS				
Unidad I: Definición de Ética				
S	H	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	Actividades / Medios
1 y 2	4	Introducción a la Ética, Moral, LECCION...01, 02, 03, Y 04. Valores, LECCION...10 Virtud, Carácter. Percepción, distorsiones. Formación de juicios de valor. LECCION...10	Reconocer la importancia de los valores en la vida profesional y sobre todo en la vida individual para fortalecer la calidad de vida y facilitar la convivencia en sociedad.	Exposición del profesor Análisis de casos Video
Bibliografía de la Unidad: [7]; [9]				
Unidad II: Percepción y formación de Juicios de Valor				
S	H	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	Actividades / Medios
3 y 4	4	Profecía Autorrealizable: Efecto Pigmalión y Galatea. Calidad y Ética. Calidad Humana. Ventana de Johari: Requisitos y utilidad.	Identificar a través de la praxis la responsabilidad que tenemos las personas desde el momento que observamos, percibimos un hecho, persona o cosa, juzgamos y emitimos un juicio	Exposición del profesor Aplicación de la Ventana de Johari. Trabajo práctico en clases

			valorativo	
5 y 6	4	<p>Valores promovidos por los medios de comunicación masivos. LECCION...10... La Ética en relación con la información, LECCION...16 Y LECCION...LECCION 17... la educación, la cultura y el entretenimiento en los medios. ¿Qué significa ser ético en la producción y transmisión de mensajes a través de los medios? Radio y Televisión como medios de transmisión de valores y antivalores. LECCION...10... La necesidad del rating. Modelos de conducta y estilos de vida. Derechos y deberes de los televidentes y oyentes. LECCION...54.. La censura. LECCION...25...La piratería de programas.LECCION...36.</p>	Analizar casos peruanos y extranjeros a través de los cuales el tema de la ética es controversial al momento de transmitir información a la opinión pública y cuestionar los posibles resultados de estos actos para la convivencia sana en sociedad	Exposición del profesor Análisis de casos Trabajo grupal de lectura y análisis de casos

Bibliografía de la Unidad: [9]**Unidad III: Medios de Comunicación y Ética**

S	H	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	Actividades / Medios
7	2	<p>El cine como vehículo de valores y modelos de conducta. El sexo, el desnudo, LECCION...32..las drogas, el homosexualismo, la muerte y otros temas sensibles dentro de la ética del cine. LECCION...35.. La ética como concepto LECCION...04,,,ideológico, político y religioso en el cine.</p>	Reconocer la rentabilidad de la ética a través de los medios.	Exposición del profesor Análisis de casos Video

Bibliografía de la Unidad: [1]; [6]**EXAMEN PARCIAL****Unidad IV: Crisis y valores en la prensa**

S	H	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	Actividades / Medios
9 y 10	4	<p>La Prensa. El Derecho a ser informados LECCION...25 con veracidad. La objetividad. La mentira. LECCION...18.. El reportaje encubierto. El encubrimiento y la reserva de las fuentes de información. La fabricación de noticias. LECCION...41.. La falsa actuación. LECCION...18.. Levantar temas. Hundir personas. La difamación LECCION...21... La independencia. La libertad de expresión. LECCION...25 Libertad de expresión y libertad de empresa. LECCION...25 La libertad de expresión LECCION...25.. y la seguridad</p>	Reconocer la importancia de los periodistas en cuanto a su deber de informar y su derecho de opinar	Exposición del profesor Análisis de casos Control de lectura. Trabajo grupal

		nacional. LECCION...26.. La fotografía y el reportaje televisivo. LECCION...32,,... La privacidad. LECCION...24.. Los paparazzi. LECCION...32 Los programas de la farándula. Los principios de veracidad, LECCION...18 identificación y justicia de la publicidad. El sexo, el placer y el poder: LECCION. 32.. Los mecanismos de defensa y la realidad. LECCION...18 La publicidad engañosa. LECCION...18 La publicidad comparativa..		
Bibliografía de la Unidad: [3]; [8]				
Unidad V: Empresa y valores				
S	H	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS	Actividades / Medios
11 y 12	4	Los regalos como “intercambio de valores LECCION...20.. en las Relaciones Públicas”. La promoción positiva o negativa de personajes. Las reuniones motivadoras con periodistas. Los lobbies. La Etica en la empresa. LECCION...53.. Teorías de Abraham Maslow, Frederick Herberg y Douglas Mc Gregor. Contribución de la empresa a la satisfacción de las necesidades de sus públicos internos. Rol ético de la empresa en el desarrollo de una sociedad. LECCION...53..	Reconocer los obstáculos más frecuentes en la dirección y gestión empresarial	Exposición del profesor Análisis de casos Control de lectura. Exposición de invitado
13 a 15	6	Liderazgo y Etica. Caso NASA ¿Cuándo se puede afirmar que un líder cumple un rol ético? Etica y Responsabilidad moral. LECCION...25 Y LECCION...28 Condiciones para afirmar que una persona tiene responsabilidad moral frente a un acontecimiento. LECCION...25 Y LECCION...28.. La intención, libertad, conciencia y gravedad de un acto. LECCION...13..	Identificar a través de trabajo práctico los tipos de líderes y la importancia del comportamiento ético para el bien propio y del grupo laboral y social. Identificar el problema de la responsabilidad como valor fundamental frente a un hecho.	Exposición del profesor Trabajo grupal Video Mesa de trabajo como revisión de todo el material analizado en el curso. Trabajo de revisión grupal y análisis.
Bibliografía de la Unidad: [2]; [4]; [5]			TRABAJO Y SUSTENTACIÓN FINAL	

V. EVALUACION

Siendo imprescindible la participación del alumno, su evaluación será diaria. La calificación será como se detalla:

Examen parcial escrito 30%
Evaluación permanente (se elimina la menor nota) 40%

Examen final grupal (último día de clases) 30%

CRONOGRAMA DE EVALUACIÓN PERMANENTE

	Evaluación	Semana
1	Trabajo grupal	3
2	Control de lectura	7
3	Trabajo grupal	11
4	Exposición de trabajo	13

VI BIBLIOGRAFIA

- [1] Aznar, Hugo/Miguel Catalán. *Códigos éticos de Publicidad y Marketing*. Editorial Ariel, S. A. Barcelona. 2000.
- [2] Aznar, Hugo. *Comunicación responsable*. Editorial Ariel, S. A. Barcelona. 1999.
- [3] Gaveta, Carlos (Editor). *Periodismo y Ética*. Compañía Editora Espasa Calpe S. A. Buenos Aires. 1997.
- [4] Gélinier, Octave. *Ética de los negocios*. Editorial Limusa S. A. de C. V. México, D. F. 2000.
- [5] Goodwin, H. Eugene. *Por un Periodismo independiente*. Tercer Mundo Editores. Bogotá. 1994.
- [6] Matelski, Marilyn J. *Ética en los informativos de televisión*. Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE). Madrid. 1992.
- [7] Perla Anaya, Javier. *Ética y Comunicaciones*. Alter. Lima. 1996.
- [8] Santaella López, Manuel. *El nuevo Derecho de la Publicidad*. Editorial Civitas, S. A. Madrid. 1989.
- [9] Soria, Carlos. *El laberinto informativo: Una salida ética*. Ediciones Universidad de Navarra, S.A.

I.12. UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES (Lima): **Ética y Deontología**. Pfr. Amador Navarrete (fecha documento: 3-7-07)



UNIVERSIDAD DEL
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y DE PSICOLOGÍA.

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

S Í L A B O

ÉTICA Y DEONTOLOGÍA

III CICLO SEMESTRE 2007-II

**LIMA - PERÚ
2007**

I. DATOS GENERALES

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1.1. Facultad | : Ciencias de la Comunicación, Turismo y de Psicología. |
| 1.2. Departamento Académico | : Ciencias de la Comunicación |
| 1.3. Semestre Académico | : 2007-II |
| 1.4. Código | : 031077 |
| 1.5. Ciclo | : III |
| 1.6. Créditos | : 04 |
| 1.7. Horas Semanales | : 04 |
| 1.8. Pre-requisito | : Ninguno |

II. SUMILLA

La asignatura de Ética y Deontología abarca una reflexión filosófica y es una exposición acerca de los deberes y derechos de los comunicadores profesionales en las diferentes disciplinas del campo de las

Comunicaciones. En la rama periodística, se aborda el manejo de la información, la opinión y la investigación en los medios de comunicación social, con sus respectivas obligaciones, derechos, dificultades y responsabilidades. Igualmente, se trata de otras disciplinas comunicativas como: La Publicidad y Las Relaciones Públicas. Además, la asignatura busca servir de nexo entre la cultura humanística, la formación técnica y las destrezas en el ejercicio profesional, prestando especial importancia a la responsabilidad, la honestidad y el servicio social.

III. OBJETIVOS

Objetivos Generales:

1. Fomentar en el alumno la formación de valores como: la veracidad, la honestidad, la responsabilidad y otros deberes éticos respecto al entorno social y las organizaciones en las que se encuentra
2. La vocación de servicio que debe observar en las diferentes disciplinas de las comunicaciones sociales.

Objetivos Específicos:

1. Reflexionar con sentido crítico, juicio sereno y en forma desapasionada acerca de las relaciones éticas que se suscitan entre la noticia, el comunicador y la sociedad, propendiendo a un conocimiento y una praxis respecto de los deberes y responsabilidades en el uso de los medios de comunicación.
2. Realizar un enfoque multidisciplinario acerca del derecho social de la información, la crisis moral de nuestro tiempo, el marco social, político y económico, así como el avance tecnológico y su entorno.
3. Analizar el trabajo ético que se efectúa en los medios de comunicación del país y el extranjero (prensa, radio, televisión e internet etc.), a fin de juzgar y aprovechar propuestas, experiencias y avances acerca de la elaboración y la difusión de noticias, comentarios, entrevistas y otros géneros periodísticos.
4. Propender a un conocimiento de las relaciones y dificultades que se presentan en los mensajes publicitarios, así como en las Relaciones Públicas, disciplina esta última que tiene que ver con las organizaciones, los públicos y la imagen corporativa.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

Primera Semana

Primera Sesión:

Encuadre de la ética en el panorama filosófico. Deslinde entre ética, moral y deontología.

Lectura: "Ética y deontología informativa"

Fuente: González Bedoya, Jesús; "Manual de Deontología Informativa"; p. 3-17.

Segunda Sesión:

Concepciones de la Ética Profesional (Pragmatismo, Hedonismo, Relativismo, Personalismo). Nuevo enfoque de la ética profesional.

Lectura: "Las diferentes posturas y praxis fácticas que se refieren a la materia de la moral"

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 49-58 - 174.9097/B81.

Segunda Semana

Primera Sesión:

Relación entre persona humana, vocación y profesión. La dignidad humana.

Lectura: "Marco conceptual de la persona moral"

Fuente: Terrones Negrete Eudoro; "Periodismo ético y deontológico"; p. 19-28 - 070/9097/T41.

Segunda Sesión:

Conducta Moral y Criterio de Moralidad. Criterio Ético y Sentido Ético de la Conducta Moral.

Lectura: "El sentido y el criterio ético del hombre"

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 21-26 - 174.9097/B81.

Relación entre persona humana, vocación y profesión. La dignidad humana.

Lectura: "Marco conceptual de la persona moral"

Fuente: Terrones Negrete Eudoro; "Periodismo ético y deontológico"; p. 19-28 - 070/9097/T41.

Tercera Semana

Primera Sesión:

Conciencia Psicológica y Conciencia Moral. Conciencia Profesional: Deberes profesionales.

Lectura: "Ética de la información y Conciencia Moral"

Fuente: Vázquez Fernández Francisco; "Ética y deontología de la Información"; p. 135-152 - 302.2/V34 "La Conciencia Profesional"

Segunda Sesión:

Los Valores Morales. Conceptualización del Valor - Realización de los Valores morales.

Lectura: "Los Valores Éticos"

Fuente: Herrán, María Teresa – Restrepo Javier Dario; "Ética para periodistas"; p. 13-16 - 174.9097/H44.

Cuarta Semana

Primera Sesión:

Los Valores Éticos Profesionales del Comunicador social (Bien común, Responsabilidad y Servicio Social, etc.). La misión del comunicador.

Lectura: "La Misión del Periodista"

Fuente: Hevia, Renato; "La palabra pública"; p. 11-24 - 170.9097/H46

Segunda Sesión:

Tema: Verdad, La verdad informativa y la exactitud en la Noticia.

Lectura: "El público tiene necesidad de verdad"

Fuente: Terrones Negrete, Eudoro: "Periodismo ético y deontológico"; p. 65-88 - 070/9097/T41.

Quinta Semana

Primera Sesión:

La Objetividad Periodística. Objetividad Informativa del Comunicador.

Lectura: "Objetividad Informativa, la verdad y el criterio ético del informador".

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 100-112 - 174.9097/B81.

Segunda Sesión:

El Secreto Profesional. Acceso y Protección de las Fuentes Noticiosas.

Lectura: "El Secreto profesional"

Fuente: Blázquez, Niceto: "La nueva ética en los medios de comunicación: Problemas y dilemas de los informadores"; p. 476-484 - 302.22/B59N

Sexta Semana

Primera Sesión:

Conflicto entre intimidad y Libertad de Información. Diferencia entre lo íntimo, privado y público.

Lectura: "Sistematización de experiencias"

Fuente: Vásquez, Aldo; "Conflicto entre Intimidad y Libertad de Información"; p. 149-161 - 323.44/V32

Segunda Sesión:

Libertad de Expresión y Libertad de Prensa. Derecho y libertad de informar. Diferencia entre libertad de expresión y ejercicio profesional del periodismo.

Lectura: "La Libertad en el periodismo"

Fuente: Filippi, Emilio; "La profesión de periodista"; p. 81-100 - 174.9097/ F53

Séptima Semana

Primera Sesión:

El Sensacionalismo. El Periodismo Schund, Erotismo y Pornografía en los MCS.

Lectura: "La profesión periodística y sus campos magnéticos"

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 143- 176 - 174.9097/B81

Segunda Sesión:

La Ocultación, La Omisión y el Plagio. La Información Tendenciosa y Propagandística. Calumnia, difamación e injuria.

Lectura: "La profesión periodística y sus campos magnéticos"

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 166- 177 - 174.9097/B81.

Octava Semana

Primera Sesión:

La Polémica, Los Rumores y Las Suposiciones. Manipulación Informativa y fotográfica.

Lectura: "La profesión periodística y sus campos magnéticos"

Fuente: Brajnovic, Luka; "Deontología Periodística"; p. 166- 177- 174.9097/B81.

Segunda Sesión:

Función fiscalizadora de los medios. Periodismo investigación.

Lectura: "El poder político ante los medios"

Fuente: Muñoz Alonso, Alejandro; "Política y nueva comunicación"; p. 35 - 50 - 302.23/M94

Novena Semana

Primera Sesión:

Las Temáticas del periodismo de investigación y su aporte ético a la democracia.

Lecturas: "Uso e impacto político de los medios", Opinión Pública y Comunicación Política.

Fuentes: Muñoz Alonso, Alejandro; "Política y nueva comunicación"; p 107 - 121 - 302.23/M94, Muñoz Alonso, Alejandro; "Opinión pública, Comunicación y Política"; p. 217 – 225 -303.38/M77.

Segunda Sesión:

Examen Parcial

Décima Semana**Primera Sesión:**

Los medios de comunicación y la violencia

Lectura: "Los medios de comunicación frente a la violencia y el terrorismo"

Fuente: Lopera Lopera, Alfonso; "Ética del periodismo y la comunicación"; p. 131 -146 - 174.9097/L83.

Segunda Sesión:

Ética para la comunicación audiovisual: Radio

Lectura: "Condiciones éticas de la información radiofónica"

Fuente: Bonete Perales, Enrique; "Ética de la comunicación audiovisual: Materiales para una ética mediática"; p. 141-148 - 302.2/B72E.

Undécima Semana**Primera Sesión:**

Ética para la comunicación audiovisual: Televisión

Lectura: "Ética de la programación televisiva"

Fuente: Agejas, José Ángel - Serrano Ocea Francisco José; "Ética de la comunicación y de la Información"; p. 137-160 -

Segunda Sesión:

La figura del Ombudsman (El Defensor del Público) y La Cláusula de Conciencia..

Lecturas: "El Ombudsman en materia de comunicación social", El Ombudsman, los consejos de prensa y las auditorías.

Fuentes: Vásquez, Aldo; "El Defensor del Público"; p. 55-70 / 102-111 – 323.445/V32E, Blázquez, Niceto: "La nueva ética en los medios de comunicación: Problemas y dilemas de los informadores"; p. 114 - 119 - 302.22/B59N, Lopera Lopera, Alfonso; "Ética del periodismo y la comunicación"; p. 157-164 - 174.9097/L83

Duodécima Semana**Primera Sesión:**

Entidades Periodísticas (ANP, FPP, CPP, El Consejo de la Prensa Peruana). Relaciones Públicas y Publicidad.

Lectura: Capítulo IX: La Modernización

Fuente: Gargurevich, Juan; "Historia de la Prensa Peruana"; p. 243- 245 - 079.85/G25

Segunda Sesión:

Insuficiencia y relatividad de los Códigos de Ética Profesional; El Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO. El Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú. El Código de Ética de la Radiodifusión Peruana (ARTV). Dodecálogo de Camilo José Cela.

Lectura: "Los Códigos de Ética y los Tribunales de Honor"

Fuente: Lopera Lopera Alfonso; "Ética del periodismo y la comunicación"; p. 171-186 -174.9097/L83

Decimotercera Semana**Primera Sesión:**

Ética en la Publicidad. (Código de Anda, Conasup y AFP, etc.), Responsabilidad de los anunciantes.

Publicidad engañosa y otras derivaciones.

Lectura: Normas de la publicidad en defensa del consumidor.

Fuente: Raventos Marcos, Fernando; Normas de la publicidad, p. 3- 13 - 343.082/R27

Segunda Sesión:

Relaciones Públicas. Concordancias y divergencias entre el periodismo y las Relaciones Públicas. Código de Atenas y de la Ipra.

Fuentes: Black, Sam. "ABC de las Relaciones Públicas" edición; p. 659.2/B627, Blázquez, Niceto; "Ética y Medios de Comunicación"; p. 699 -715 - 174/B57

Lectura: Textos Deontológico de las Relaciones Públicas (Ipra y Atenas), Casos prácticos.

Decimocuarta Semana**Primera sesión:**

Responsabilidad Social.

Lectura: "Responsabilidad Social y Relaciones Públicas"

Fuente: Norero, Aldo; "Responsabilidad Social y Relaciones Públicas"; p. 38-48

Segunda sesión:

Exposiciones grupales

Decimoquinta Semana

Primera sesión:

La Iglesia y los Medios de Comunicación Social. Perspectiva histórica. Presencia y aporte de la Iglesia en el campo de las comunicaciones

Lecturas: "Historia de los documentos sobre comunicación social", "Los jóvenes primeros y más inmediatos receptores de los medios"

Fuentes: Texto de las jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales del año 1985; p. 97 – 108,

Fuente: Leticia Soberón Mainero en "Iglesia y medios de Comunicación Social" (Congreso internacional El magisterio de la Iglesia Católica); p. 33-40

Segunda sesión:

Acción de los Laicos en los MCS: En la familia y en la Sociedad.

Lectura: "Usuarios y no objetos, críticos y no pasivos". Los Mass-media, una de las grandes fuerzas que modelan el mundo.

Fuentes: Texto de las jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales del año 1981; p. 68 – 77, Texto de las jornadas mundiales de las Comunicaciones Sociales del año 1980; p. 61 - 68

Decimosexta Semana

Primera sesión:

Ética y Nuevas tecnologías: Oportunidades y riesgos.

Lectura: Una propuesta heteromediática.

Fuente: Fundación Universitaria San Pablo - CEU 2002 "Retos de la nueva Sociedad de la Información" Tomo I; p. 791- 810

Segunda sesión:

La formación de la conciencia crítica del receptor.

Lecturas: Pero ¿tanto influye en nosotros los medios de comunicación?, Medios audiovisuales en la escuela y formación de espectadores críticos

Fuentes: Fundación Universitaria San Pablo - CEU 2002 "Retos de la nueva Sociedad de la Información"; Tomo II; p. 195- 208, Fuente: Reig, Ramón "Dioses y diablos mediáticos"; p. 56 - 61

Decimoséptima Semana

Examen Final.

V. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

Las sesiones se efectuarán mediante amplio diálogo y debate acerca de temas y casos prácticos tomados de los medios de comunicación social así como del campo de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. También se efectuarán análisis críticos de las lecturas asignadas. Ello motivará la activa participación de los estudiantes y también el desarrollo de trabajos prácticos, individuales y grupales.

VI. EQUIPOS Y MATERIALES

1. Videgrabadora, computadora multimedia, proyector de vistas opacas.
2. Separatas, informaciones, artículos periodísticos, videos, transparencias, programa power point.

VII. EVALUACIÓN

Continua e integral, individual y grupal. Consistirá en pruebas orales y escritas, trabajos prácticos, participación en clase. Los exámenes son dos: un parcial y un final. Se rinden en las fechas programadas. También habrá control calificado de las prácticas y lecturas. La nota final se obtendrá por la suma y el promedio de la nota bimensual con el examen final. La nota aprobatoria es once.

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

1. **AGEJAS, José Ángel** - SERRANO OCEJA Francisco José. Ética de la comunicación y de la Información, Barcelona. Ariel Comunicación, 2002.
2. **BLÁZQUEZ, Niceto**. Ética y Medios de Comunicación, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1994
3. **BRAJNOVIC, Luka**. Deontología Periodística", Editorial Universidad de Navarra, Madrid, ,1978.
4. **BONETE PERALES, Enrique**. Éticas de la información y deontologías del periodismo, Tecnos,Madrid, 1995.
5. **GARGUREVICH REGAL, Juan**. Historia de la Prensa Peruana, Editorial la Voz, Lima, 1991.
6. **HERNAN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío**: Ética para Periodistas, TM Editores, Colombia1995.
7. **Iglesia y medios de comunicación social**: Universidad San Antonio de Murcia-Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales: Santa Sede, Murcia, Ed. Novograf, 2000.
8. **LECAROS, María José**. Ética periodística; Editorial Pontificia Universidad católica de Chile, 1989.
9. **LOPERA, Alfonso**. Ética del periodismo y la comunicación. Colombia; Universidad de Antioquia; 1990.
10. **MUÑOZ ALONSO, Alejandro**. et. al, Opinión Pública, Comunicación y Política, Ed. Tecnos, Madrid, 1996.

11. **MUÑOZ ALONSO, Alejandro.** Política y nueva comunicación, Ed. Fundesco, Madrid, 1989.
12. **NORERO LAURA, Aldo.** Responsabilidad Social y Relaciones Públicas, Universidad de San Martín de Porres, 2000.
13. **PÉREZ LATRE, Francisco.** Los nuevos areópagos, Universidad de Navarra, Pamplona, 2003.
14. **REIG, Ramón.** Dioses y Diablos mediáticos, Ediciones Urano, s.a, España, 2004.
15. **VÁSQUEZ, Aldo.** Conflicto entre intimidad y libertad de Información (la Experiencia Europea), Universidad de San Martín de Porres, 1999.
16. **VÁSQUEZ, Aldo.** El Defensor del Público; Universidad de San Martín de Porres, 2002.
17. **VÁSQUEZ, Adolfo Roberto.** Libertad de prensa: evolución, estado actual del problema en la faz material de los medios y los principios jurídicos, Ed. Ciudad Argentina, Buenos Aires, 1998.
18. **VÁSQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco.** Ética y Deontología de la Información, Ed. Paraninfo Madrid 1991.

I.13. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ (Lima): **Ética y Deontología.** Pfr. Hugo Garavito Amézaga. (fecha documento: 3-8-07)

Universidad Tecnológica del Perú

SYLLABUS

1 DATOS GENERALES

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| 1.1 Curso | : Ética y deontología |
| 1.2 Código del curso | |
| 1.3 Ciclo Académico | : II |
| 1.4 Carrera | : Ciencias de la Comunicación |
| 1.5 Código de la Carrera | : CC |
| 1.6 Total de horas | : Teóricas: 4 hrs. Semanales |
| 1.7 Total de créditos | : 3 |
| 1.8 Tipo de evaluación | : A |

2 SUMILLA

La asignatura pretende dar un conocimiento de cómo se conforma la visión ética contemporánea, mediante el estudio de las principales corrientes. Partiendo de esta comprensión, proporcionar al alumno elementos para el análisis de los principales desafíos éticos de hoy, en el campo de la ciencia, la tecnología, la sociedad, la economía y la política, con los cuales se va a enfrentar un profesional de las comunicaciones. Asimismo, llevarlos a reflexionar sobre su responsabilidad ética, en el mundo de hoy.

3 OBJETIVOS

General

Dotar de los elementos analíticos necesarios al alumno, para que comprenda el problema ético de hoy; y actúe deontológicamente de una manera libre y responsable en el campo de la comunicación.

Específicos

- a- Proporcionar conocimiento y motivar la reflexión sobre la ética como ciencia práctica, desarrollada dentro de un contexto histórico y social.
- b- Informar y generar análisis y discusión sobre los principales problemas éticos de la sociedad contemporánea.
- c- Analizar desde el punto de vista ético el trabajo de los medios de comunicación.

4. CONTENIDO

Unidad 1: Introducción

- 1.1 Moral, ética y deontología. Diferencias y definiciones. La ética como disciplina filosófica práctica.
- 1.2 Éticas heterónomas y éticas autónomas.
- 1.3 Autonomía moral del hombre. El hombre como fin en si mismo. La razón como guía del obrar recto.
- 1.4 El relativismo ético

Unidad 2: Concepciones básicas

- 2.1 Aristóteles, Platón y la ética clásica. La virtud estoica. Epicuro o el placer como principio. San Agustín y la influencia maniquea y platónica.
- 2.2 Descartes y el racionalismo. La conciencia como punto de partida de la modernidad
- 2.3 Tres antropologías y tres niveles de exigencia moral: Hobbes, Rousseau y Locke.
- 2.4 La revolución copernicana de Kant y el hombre contemporáneo. Crítica de la razón práctica. Imperativo hipotético e imperativo categórico.
- 2.5 La ética comunicativa de Jürgen Habermas.

2.6 La justicia en John Rawls. El juicio moral y el velo de ignorancia

Unidad 3: Bioética

3.1 Tecnología y ética. La bioética como ética laica, racional, pluralista y mínima. Los cuatro principios de la bioética.

3.2 Genoma humano y temas bioéticos: reproducción humana asistida; estatuto ético del embrión y del feto.; sondeos genéticos y posibles aplicaciones discriminatorias; derecho a la intimidad genética; modificación genética de la línea germinal; clonación y el concepto de singularidad individual; derecho a no ser producto del diseño de otros; las nanotecnología.

3.3 Bioética ambiental. Impacto de las biotecnologías en el medio ambiente. Calentamiento global. Efecto invernadero.

Unidad 4: Ética social

3.2 Ética de los negocios. Licencia social para operar. La ética como recurso productivo.

3.3 Diferencia entre ética de los negocios y responsabilidad social de la empresa.

3.4 Ética política. El legado de Maquiavelo.

3.5 Max Weber entre la ética de la responsabilidad y la ética de la convicción. Los dilemas de Weber. Integrismo ético y realismo político.

3.5 Ética política y democracia. Función fiscalizadora de los medios de comunicación

Unidad 4: Deontología

4.1 Libertad de expresión. Cláusula de conciencia. Secreto profesional y secreto sobre las fuentes informativas. Derecho a la intimidad. Ética del periodista

4.2 El problema de la objetividad, la verdad y la independencia informativa. Manipulación. Sensacionalismo. Ética de la comunicación audiovisual. Diferenciar publicidad e información.

4.3 Derecho a la intimidad. Calumnia, difamación e injuria. Murmuración y chisme. El uso del condicional.

4.4 El rumor. No existe política sin rumores. El rumor como contrapoder.

Unidad 5: Códigos deontológicos

5.1 Análisis de códigos de medios informativos; de organizaciones internacionales de comunicación y de declaraciones de principios en la materia.

5.2 Análisis de códigos deontológicos publicitarios.

5.3 La auto regulación.

5 MÉTODO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Las sesiones combinarán la exposición y reflexión sobre los temas del desarrollo histórico y los fundamentos de la ética; con el debate de los desafíos éticos contemporáneos, y el análisis de los códigos de conducta de los medios y su aplicación en la realidad.

6 SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación establecida para cursos tipo A de Estudios Generales, cuyo contenido es fundamentalmente teórico.

7 BIBLIOGRAFÍA

RICKEN, Friedo. Ética General. Editorial Herder. Barcelona 1987.

BLACKBURN, Pierre. La ética. Fundamentos y problemáticas contemporáneas. Fondo de Cultura Económica. México DF 2006.

GOMEZ, Carlos (ed.). Doce textos fundamentales de la ética del siglo XX. Alianza Editorial. Madrid 2002.

BONETE PERALES, Enrique. Ética de la Comunicación Audiovisual. Tecnos. Madrid 1999.

RESTREPO, Darío. El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística. Fondo de Cultura Económica. México DF 2004.

SALAZAR LARRAIN, Arturo. Ética Periodística. En la perspectiva de los valores. Fondo Editorial de la Escuela de Periodismo Jaime bausate y Mesa. Lima 2005.

GRONDONA, Mariano. Bajo el Imperio de las ideas morales. Las causa no económicas del desarrollo económico. Debolsillo. Buenos Aires 2004.

I.14. ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUZATE Y MEZA (Lima): **Ética Periodística**. Pfr. Jesús Kohagura Gahona. (fecha documento: 3-8-07)

65. ÉTICA PERIODÍSTICA

1. INFORMACIÓN GENERAL

- | | |
|-------------------------------------|--------------------|
| 1.1. Denominación de la asignatura: | ÉTICA PERIODÍSTICA |
| 1.2. Código de la asignatura: | PO1065 |
| 1.3. Ciclo académico: | Noveno |
| 1.4. N° de horas semanales: | 4 |
| - Teoría: | 2 |
| - Práctica: | 2 |
| 1.5. Créditos: | 3 |
| 1.6. Requisitos: | Ninguno |
| 1.7. Área: | FPE |
| 1.8. Duración de semanas del ciclo: | 17 (diecisiete) |

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Ética periodística se orienta a suministrar la información necesaria para el logro de un comportamiento profesional con sentido ético y social en el campo del periodismo. Comprende temas relativos a la ética y la axiología, la ética en el periodismo, la ética informativa aplicada en el lenguaje, en las noticias, en la televisión, en la política, en la publicidad y en las relaciones públicas. Asimismo se analiza críticamente la verdad, la objetividad y la manipulación informativa, la deontología informativa, las libertades de expresión y de prensa, el secreto profesional y la cláusula de conciencia. Finalmente, se analizan una serie de códigos de ética periodística, a nivel nacional e internacional.

3. OBJETIVO TERMINAL

Al concluir el aprendizaje de la asignatura, el estudiante será capaz de explicar la ética periodística y la axiología en sus diversos aspectos, dimensiones y problemas y asumir una conducta ética y social con fiel respeto a la dignidad y los derechos humanos, en concordancia con los códigos de la profesión y las exigencias de desarrollo y progreso de la sociedad peruana.

36

4. OBJETIVOS DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

4.1. Explicar en forma correcta la evolución histórica de la ética, su objeto, importancia, características como ciencia teórica y ciencia práctica, métodos y relaciones con otras ciencias, así como las doctrinas o corrientes éticas, la axiología en su problemática, tendencias y jerarquía de valores.

4.2. Explicar claramente las cualidades éticas del periodista, las faltas graves que se cometen en el ejercicio de la profesión, las causas y consecuencias de la mala reputación de la prensa, los fundamentos éticos del buen periodismo, la censura y autocensura de la prensa, así como también describir con precisión los elementos, características y propiedades de la verdad informativa, las consideraciones éticas sobre la transmisión de noticias y el periodismo televisivo y sobre los deberes y derechos del periodista.

4.3. Explicar claramente sobre las bondades de la libertad de expresión y de prensa, el secreto profesional y la cláusula de conciencia en su importancia, limitaciones, ventajas, desventajas y efectos.

4.4. Explicar, caracterizar y valorar comparativamente los códigos de ética periodística, nacionales e internacionales y asumir una conducta positiva con respecto a los valores éticos y sociales.

5. CONTENIDOS

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 1

INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA Y LA AXIOLOGÍA

Primera semana

1. Definiciones de ética y ética periodística. Breve reseña histórica. Objeto de la ética. Importancia de la ética. La ética como ciencia teórica y ciencia práctica. División de la ética.

Segunda semana

2. Los métodos de la ética: Inductivo, deductivo, fenomenológico, crítico trascendental y dialéctico. La ética y sus relaciones con otras ciencias: sociología, neurofisiología, psicoanálisis, sociología, antropología, historia, etnología, derecho, economía, política, teología y arte.

37

UNIDAD DE APRENDIZAJE N° 4

LOS CÓDIGOS DE ÉTICA PERIODÍSTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Decimocuarta semana

14. Los códigos de ética periodística. Concepto. Denominaciones. Evolución histórica. Características. Importancia. Cuantificación de valores éticos en los códigos de ética periodística.

15. Exposición de trabajo grupal de investigación 3.

Decimoquinta semana

16. Lectura y comentario de los códigos de ética nacionales: Colegio de Periodistas del Perú, Asociación Nacional de Periodistas del Perú y Federación Internacional de Periodistas del Perú. Exposición de trabajo grupal de investigación 4.

Decimosexta semana

17. Lectura y comentario de los códigos de ética periodística internacionales: Nuevo Código Internacional de Ética Periodística (UNESCO), Federación Internacional de Periodistas (FIP), Código Latinoamericano de Ética Periodística. Exposición de trabajo grupal de investigación 5.

Decimoséptima semana

18. EXAMEN FINAL.

6. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 6.1. Exposición y diálogo.
- 6.2. Lectura y comentario de textos.
- 6.3. Dinámica grupal.
- 6.4. Estudio de casos.
- 6.5. Presentación de audiovisuales.
- 6.6. Análisis, comparación, abstracción, generalización, ejemplificación y síntesis.

40

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1 CRITERIOS

- Evaluación por objetivos.
- Evaluación integral, flexible y permanente.
- Espíritu de integración, cooperación e investigación.
- Comportamiento ético.
- Presentación de trabajos de investigación.
- Control de lectura.
- Asistencia a clases y puntualidad.

7.2 INSTRUMENTOS

- Pruebas escritas de los períodos parcial y final.
- Pruebas de control de lectura.
- Textos de lectura.
- Prácticas calificadas.
- Trabajos de investigación.
- Exposición de trabajos de investigación.
- Intervenciones orales.
- Control de asistencia.

7.3 REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN

- Asistencia a clases: 60 % o más.
- Obtención de promedio: 11 o más.
- Presentación puntual y eficiente de trabajos de investigación.
- Cumplimiento de los instrumentos de evaluación.

8. BIBLIOGRAFÍA

Aranguren, José Luis L. *Ética*. Revista de Occidente, Madrid, 1968.
Barroso Asenjo, Porfirio. *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Ediciones Paulina. Editorial Verbo Divino, España, 1984.

41

ESCUELA DE PERIODISMO JAIME BAUSATE Y MEZA

- Barroso Asenjo**, Portirio. *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*. Editorial Mitre, Barcelona, 1985.
- Benito**, Ángel. *La socialización del poder de informar*. Ediciones Pirámide S.A., Madrid, 1978.
- Castañares Burcio**, Wenceslao; **Gonzales Quirós**, José Luis; **Núñez Florencio**, Rafael. *La sensibilidad moral. Impresiones y testimonios de nuestro tiempo*. Editorial Nóesis, Madrid, 1990.
- Coblentz**, Edmond O. *Arte y sentido del periodismo*. Ediciones Troquel, Argentina, 1966.
- Desantes**, José María. *El autocontrol de la actividad informativa*. Edicusa, Madrid, 1973.
- Edo**, Concha. *La crisis de la prensa diaria*. Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1994. **Escobar Valenzuela**, Gustavo. *Ética. Introducción a su problemática y su historia*. McGraw Hill, México, 1992.
- Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza**. *Periodistas: El difícil camino de la paz*. Ediciones Bausate y Meza, Lima, 1991. **Frondizi**, Risieri. *¿Qué son los valores? Breviarios*. Fondo de Cultura Económica, México, 1986.
- Iglesias**, Francisco. *Guía de los estudios universitarios. Ciencias de la Información*. Ediciones Universidad de Navarra, S.A., Pamplona - España, 1984.
- Kohagura Gahona**, Jesús A. *Ética periodística*. Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza. Editorial «La Gaceta», Lima, 1993. **Lopera**, Alfonso. *Ética del periodismo y la comunicación*. Colección de Periodismo, Editorial Universidad de Antioquia, Colombia, 1990.
- Norabuena Huamán**, Teodorico. *La libertad de prensa en el Perú*. Sledit, Lima, 1982.
- Panduro Torres**, José. *Código de ética profesional. Postulados del periodista y su misión*. Editorial Lima, S.A., 1986.
- Regal Alberti**, Bernardo. *Fundamentos de ética profesional*. Universidad de Lima, 1988.
- Schmühl**, Robert. *Las responsabilidades del periodismo*. Editorial Mitre, Barcelona, 1984.

42

SÍLABOS

NOVENO CICLO

- Septien García**, Carlos. *El quehacer del periodista*. Ediciones Periodismo y Comunicación. Escuela de Periodismo «Carlos Septien García». Editorial «El Universal Gráfico», México, 1979.
- Terrones Negrete**, Eudoro. *Perfil del periodista*. Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza. Editorial «La Gaceta», Lima, 1994.
- *Diccionario de periodismo*. A.F.A. Editores Importadores S.A., Lima, 1996.
- *Periodismo ético y deontológico*. A.F.A. Editores Importadores, S.A., Lima, 2000.
- The Washington Post**. *De la prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más)*. Ediciones Olimpia, México, 1978.
- Todoi Y.**, José, **Cordero Panda**, Jesús, et. al. *Ética y publicidad*. Instituto Nacional de Publicidad, Madrid, 1977.
- Vásquez Fernández**, Francisco. *Ética y deontología de la información*. Editorial Paraninfo, S.A., Madrid, 1991.
- Vignolo Maldonado**, Alfredo. *Libertad de prensa y democracia*. Los medios de comunicación del Estado. Ediciones Colegio Departamental de Periodistas de Lima, Lima-Perú, 1985.

43

I.15. UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO (Huaraz): Ética y Deontología de la Comunicación. Pfra. María Angélica Méndez. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN
SILABO DE ETICA Y DEONTOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- | | | |
|------------------------------|---|--|
| 1.1 Departamento Académico | : | Ciencias Sociales y Comunicación |
| 1.2. Carrera Profesional | : | Ciencias de la Comunicación |
| 1.3. Código de la Asignatura | : | UE-F06 |
| 1.4. Requisito | : | Legislación en Comunicación. |
| 1.5. Ciclo | : | IX |
| 1.6. Año | : | 2007-I |
| 1.7. Duración | : | Del 23-05-07 al 17-08-07 |
| 1.8. Número de Créditos | : | 03 |
| 1.9. Número de Horas | : | TH = 05, HT = 03, HP = 02 |
| 1.10. Nombre del docente | : | Lic. María Angélica Méndez Espinoza. |
| | | Contrato – Auxiliar - TC |
| 1.11. E-mail del docente | : | mary_angym@yahoo.es |

II. SUMILLA:

Presenta los fundamentos del hombre como persona moral. Estudia el acto moral y los valores humanos y profesionales. Forma y desarrolla el criterio ético y profesional del comunicador social, el periodista y el responsable de los medios de comunicación social.

III. FUNDAMENTOS DE LA ASIGNATURA:

El curso se fundamenta en el estudio del hombre como ser espiritual y moral. Se estudia la responsabilidad jurídica, los valores éticos. Se incentiva al profesional en comunicación social a

desarrollarse como una persona íntegra, analizando el tratamiento de los mensajes en los medios de comunicación desde el punto de vista ético y deontológico.

IV. OBJETIVOS:

4.1. OBJETIVO GENERAL

Entregar conocimientos sobre ética, moral y deontología que podrán ser aplicados en el desarrollo profesional del comunicador social.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer sobre la moral y la autorregulación como elementos importantes para el desarrollo profesional del comunicador.
- Analizar el desarrollo de la ética y el Marco Jurídico en el trabajo periodístico.
- Identifica la aplicación de la ética y la deontología en los diversos medios y modos de comunicación en la sociedad nacional e internacional..
- Reflexiona, analiza y propone alternativas de autorregulación y aplicación de la ética en el trabajo profesional del comunicador.

V. PROGRAMACIÓN TEMÁTICA:

UNIDAD DIDÁCTICA N° 01: Conceptos Generales.

CONTENIDO	ESTRATEGIAS	DURACIÓN
- Conceptos generales sobre ética y deontología.	- Exposición del docente. - Debate sobre el tema	1º semana
- La moral.	- Explicación de conceptos generales y discusión sobre la moral. - Aplicación de casos prácticos.	2º semana
- La ética profesional.	- Análisis sobre el desarrollo profesional del Comunicador. - Debate en clase.	3º semana
- La autorregulación en los Medios de Comunicación.	- Exposición y discusión en clase sobre la alternativa de la autorregulación en los medios.	4º semana

UNIDAD DIDÁCTICA N° 02: Ética y Marco Jurídico en el trabajo periodístico

CONTENIDO	ESTRATEGIAS	DURACIÓN
- Código de Ética Periodística y los Tribunales de Honor.	- Seminario: El Código de Ética del Colegio de Periodistas de Huaraz. - Debate	5º. semana
- Marco Jurídico de la Libertad de Prensa en el Perú: Procedimientos Constitucionales .	- Enseñanza – aprendizaje - Control de lectura:” Acción de Amparo y Hábeas Data”	6º. semana
- Marco Jurídico de la Libertad de Prensa: Responsabilidad Civil y Penal.	- Exposición del docente. - Taller: Identificación y análisis de ejemplos.	7º. semana
- Ley de Acceso a la Información Pública en las entidades del estado peruano.	- Taller de conocimiento y debate sobre el tema. - Actividad de proyección social: Capacitación a Municipalidades sobre el tema.	8º. Semana

UNIDAD DIDÁCTICA N° 03: La ética y deontología en distintos medios y modos de comunicación.

CONTENIDO	ESTRATEGIAS	DURACIÓN
- El comportamiento ético en las empresas de comunicación..	- Clase expositiva. - Taller: trabajo grupal análisis y debate sobre el comportamiento ético en las empresas.	9º. Semana
- La ética en Medios Audiovisuales.	- Enseñanza – aprendizaje. - Exposición de casos prácticos.	10º. Semana
- La ética en la Publicidad y comunicación persuasiva.	- Exposición de investigación realizada por los alumnos. - Orientación del docente para identificar las conclusiones.	11º. semana
- La ética en la Comunicación Institucional o Relaciones Públicas.	- Enseñanza – aprendizaje.. - Exposición de casos prácticos..	12º. semana

UNIDAD DIDÁCTICA Nº 04: Alternativas de autorregulación y aplicación de la ética en el trabajo profesional del comunicador.

CONTENIDO	ESTRATEGIAS	DURACIÓN
- La regulación y autorregulación en el Internet.	- Exposición de la investigación realizada por los alumnos. - Orientación del docente para identificar las conclusiones.	13º. semana
- Los medios de comunicación valores y educación.	- Análisis y debate sobre el tema. - Exposición de casos prácticos.	14º. Semana
Propuesta para el establecimiento de un Código de Ética del Comunicador Social.	- Lluvia de ideas para el establecimiento de una Código de Etica para el Comunicador Social .	15º semana
- Propuesta para el establecimiento de un Código de Ética del Comunicador Social.	EXAMEN FINAL	16º semana

VI. LECTURAS:

- “Marco Jurídico de la Libertad de Prensa”
Autor: Dino Carlos Caro Coria
- “Ética en la televisión: compromiso por la calidad”
Autor: Mercedes Medina Laverón
- “Prensa, democracia y elecciones”
Autor: Zenaida Solis
- “Lineamientos de política editorial – Procesos Electorales 2006”
Autor: Coordinadora Nacional de Radio CNR.

VII. BIBLIOGRAFÍA:

- ALFARO MORENO, Rosa María.- **(2005).**- “HACIA NUEVAS RUTAS ETICAS EN NUESTROS MEDIOS.”.- Ed. Asoc. De Comunicadores CALANDRIA.- Lima – Perú.
- CARO CORIA, Dino Carlos.- **(2001).**- “MARCO JURÍDICO DE LA LIBERTAD DE PRENSA EN EL PERÚ”.- Ed. Instituto de Prensa y Sociedad.- Lima.
- CODINA, Mónica.- **(2001).**- “DE LA ÉTICA DESPROTEGIDA, ENSAYO SOBRE DEONTOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN”.- Ed. EUNSA.- España.
- CERRO MORAL, María Ofelia.- **(2000).**- “LA BATALLA DESDE EL CONGRESO POR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN”.- Ed. Imagika.- Lima - Perú.
- AZNAR, Hugo .-**(1999).**- “ÉTICA Y PERIODISMO: CÓDIGOS, ESTATUTOS Y OTROS DOCUMENTOS DE AUTORREGULACIÓN”.- Ed. Paidós.- Barcelona - España.
- LOPERA, Alfonso.- **(1990).**- “ÉTICA DEL PERIODISMO Y LA COMUNICACIÓN”.- Ed. Universidad de Antioquia.- Colombia.

VIII. MEDIOS Y MATERIALES:

Pizarra acrílica, separatas, libros, proyector, grabadoras y papelotes.

IX. INVESTIGACIÓN:

Los alumnos realizarán investigaciones constantes sobre el trabajo de los Medios de Comunicación y su actuación ética, de acuerdo a Códigos que rigen su trabajo.

X. ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:

APRENDIZAJE ESPERADO	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Conoce sobre la moral y la autorregulación como elementos importantes para el desarrollo profesional del comunicador..	Conoce los conceptos generales sobre moral, ética y autorregulación.	Exposición Control de lectura
Analiza el desarrollo de la ética y el Marco Jurídico en el trabajo periodístico.	Conoce y analiza el Marco Jurídico en el trabajo profesional.	Debate. Análisis de lectura.
Identifica la aplicación de la ética y la deontología en los diversos medios y modos de comunicación en la sociedad nacional e internacional.	Comprende y estudia la aplicación de la ética y la deontología en los diversos medios y modos de comunicación en la sociedad.	Exposición Discusión
Reflexiona, analiza y propone alternativas de autorregulación y aplicación de la ética en el trabajo profesional del comunicador.	Analiza y reflexiona sobre alternativas de autorregulación y aplicación de la ética en el trabajo profesional.	Análisis. Investigación Debate.

FÓRMULA DE EVALUACIÓN:

$$\frac{CL + EP + TI + EF}{4} = NF$$

CL : Control de lectura.
 EP : Examen parcial.
 TI : Trabajo de investigación.
 EF : Examen final.
 NF : Nota final

XI. TUTORÍA Y CONSEJERÍA

Están programadas para los días miércoles 4:00 p.m. a 5:00 p.m.

I.16. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA (Chimbote): **Deontología Periodística**. Pfr. Carlos Sánchez Vázquez.
 (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
 FACULTAD DE EDUCACION Y HUMANIDADES
 DEPARTAMENTO DE EDUCACION Y CULTURA
 EAP DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SILABO DE DEONTOLOGIA PERIODISTICA**I. DATOS INFORMATIVOS:**

- 1.1. Facultad : Educación y Humanidades
- 1.2. Escuela Académico Profesional: Comunicación Social
- 1.3. Código de la Asignatura: 034-312
- 1.4. Nivel de exigencia: Obligatorio
- 1.5. Prerrequisito: Ninguno
- 1.6. Semestre Académico: 2007 - I
- 1.7. Ciclo de Estudios: IX
- 1.8. Duración: 17 semanas
 - 1.8.1. Inicio: 16 de abril de 2007
 - 1.8.2. Término: 10 de agosto de 2007
- 1.9. Extensión horaria: 02 horas teóricas
- 1.10. Crédito: 02
- 1.11. Profesor responsable: Lic. Carlos A. Sánchez Vásquez

II. MARCO REFERENCIAL:

El curso que comprende la teoría ética introducida en el campo de acción del periodista profesional, permite al alumno poseer los elementos de juicio para el futuro reto de discernir entre lo bueno y lo malo en el complejo práctico de la deontología periodística. Para ello dentro de los considerandos se encuentra como tarea fundamental un análisis reflexivo de casos, ejemplos de transgresiones a la ética profesional y de los factores que influyen en su ejercicio.

III. OBJETIVOS:**3.1. Objetivos Generales:**

- 3.1.1. Conocer las definiciones conceptuales relacionadas a la deontología.
- 3.1.2. Valorar el ejercicio de la profesión y libertad de expresión.
- 3.1.3. Conocer el Código de Ética periodístico y normas legales afines
- 3.1.4. Debatir sobre casos que atenten contra el cumplimiento del código de ética del periodista profesional

3.2. Objetivos Terminales:

- 3.2.1. Definir las diferencias entre moral, ética y deontología.
- 3.2.2. Definir ética profesional y deontología periodística.
- 3.2.3. Analizar la aplicación del código de ética profesional
- 3.2.4. Analizar los factores que influyen en el ejercicio de la ética profesional del periodista
- 3.2.5. Delimitar la verdad en el periodismo

IV. CONTENIDOS:**UNIDAD DIDACTICA I: LA PERSONA MORAL Y LA ETICA EN EL PERIODISMO****1era a 6ta Semana**

- 4.1. Introducción. La moral, la ética y la deontología
- 4.2. La persona moral. Definición de persona y caracterización de persona moral.
 Importancia y trascendencia de la persona moral.
- 4.3. Ética en el periodismo. Concepto, dimensiones y el rol de la ética en la función periodística
- 4.4. Los valores éticos del periodista. Valores morales en los mensajes periodísticos

4.5. Evaluación

UNIDAD DIDACTICA II: LA VERDAD PERIODISTICA Y EL CODIGO DEONTOLOGICO

7ma a 11ava Semana

4.6. La verdad y el público. La verdad informativa. Propiedades. La objetividad y la subjetividad en la verdad informativa.

4.7. Causas de la mala reputación de la prensa. La libertad de prensa. La manipulación informativa y estilo en la radio, actividades específicas del personal de prensa en radio.

4.8. Importancia del secreto profesional. Presentación de casos

4.9. Los códigos deontológico de la prensa. Definición y análisis.

4.10. Evaluación

UNIDAD DIDACTICA III: CASOS PARA LA DISCUSIÓN ETICA

12ava a 17ava Semana

4.11. El nuevo debate ético. El desafío ético. Libertad y Responsabilidad. Reportero envuelto en la noticia

4.12. La invasión de privacidad

4.13. Exactitud e imparcialidad. Confiabilidad de la fuente

4.14. Cámara escondida

4.15. Ética del miedo

V. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA – APRENDIZAJE:

El alumno tomará anotaciones de las exposiciones sistemáticas sobre los temas silábicos, con la bibliografía, separatas y videos bajo las orientaciones del profesor, así como las conclusiones finales o aclaraciones que sean pertinentes para cada tema por parte del docente. Además luego de las exposiciones, los alumnos complementarán su aprendizaje con trabajos de campo en donde aplicarán lo aprendido en el aula.

Se utilizará el método analítico – sintético y el inductivo – deductivo a través de pruebas de comprensión.

VI. RECURSOS:

6.1. Humanos: El profesor, los alumnos, responsable del taller de radio y t.v, personal administrativo necesario.

6.2. Materiales: Bibliografía existente en la universidad y separatas que sobre el tema proporcione el profesor, textos, tizas, videos.

VII. EVALUACIÓN:

7.1. De la asistencia:

6.1.1. El 30% de inasistencias inhabilita al alumno del curso, tanto en la teoría como en la práctica.

6.1.2. Las faltas se deben justificar en un tiempo máximo de 24 horas.

7.2. De las actividades:

7.2.1. Los trabajos presentados a destiempo significarán una reducción en la calificación de los mismos

7.2.2. Los exámenes no sustentados tendrán nota cero.

7.3. De la evaluación:

7.3.1. Formativa: Se aplicará constantemente con el propósito de controlar el avance en el proceso enseñanza – aprendizaje de lo programado y el interés del estudiantado.

7.3.2. Sumativa: Se aplicará los exámenes escritos, orales, trabajos de campo y las prácticas.

7.4. De los puntajes:

7.4.1. En la evaluación de cada unidad se tomará en cuenta los siguientes rubros:

* Examen Escrito	EE
* Intervención Oral	IO
* Informe de trabajos	IT
* Trabajos Prácticos	ET

VIII. REQUISITOS DE LA APROBACION

8.1. De los inhabilitados:

Será considerado inhabilitado el alumno que tenga más del 30% de inasistencia a clase.

8.2. De los rezagados:

Los alumnos que el día indicado no rindieran algún examen, podrán hacerlo en un plazo máximo de 48 horas al día de realizado el examen, con el criterio de calificación que el profesor estime conveniente.

8.3. De la calificación:

El sistema de calificación en las asignaturas será vigesimal, de cero (00) a veinte (20); la nota mínima aprobatoria es once (11). Se utilizara el redondeo para obtener los promedios de unidad y el promedio final considerándose el entero superior a favor del estudiante cuando la fracción decimal es mayor o igual a 0.5 Para ser aprobado en una asignatura, el alumno debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

a) Obtener un promedio final aprobatorio.

b) Tener aprobado más del 50% de unidades de la asignatura.

En caso que el promedio final fuera aprobatorio, pero no cumpliera con el requisito mínimo b), se considerará al alumno como desaprobado asignándole una nota de diez(10).

8.4. De los ponderados: (Art. 44°)

El promedio de unidad de cada asignatura se calculará en base a la siguiente ponderación:

- Examen escrito peso 2
- Práctica peso 1

8.5. Fórmulas para las notas de unidad y nota final:

$$\text{NUDI} = \frac{\text{EE}(2) + \text{P}(1)}{3} \qquad \text{NF} = \frac{\text{NU1} + \text{NU2} + \text{NU3}}{3}$$

8.6. Del Examen Sustitutorio:

Todo alumno luego de culminada la asignatura tiene derecho a rendir un examen sustitutorio de la unidad en donde obtuvo la más baja calificación, previo pago en Tesorería de la Universidad. Una vez sustituido dicho examen en la unidad correspondiente, se aplica nuevamente el artículo 42° del Reglamento Académico.

IX. BIBLIOGRAFÍA:

- 9.1. Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú
- 9.2. Gillespie, Judith. Así se crea Periodismo. España Edit Rosalijai S.A. 1996
- 9.3. Laza, Aurelio. Texto Antológico. Ética y Deontología Profesional
- 9.4. Llanos Horma, Segundo. Periodismo Informativo. Trujillo – Perú 1993
- 9.5. Terrones, Eudoro. Periodismo Ético y Deontológico

I.17. UNIVERSIDAD NACIONAL SAN AGUSTÍN (Arequipa): **Ética Periodística**. Pfra. Karola Lara Manchego. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN FACULTAD DE PSICOLOGÍA, RELACIONES INDUSTRIALES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SILABO

1. Datos Generales:

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1.1. Escuela Profesional | : Ciencias de la Comunicación |
| 1.2. Departamento Académico | : Ciencias de la Comunicación |
| 1.3. Nombre del Curso | : Ética Periodística |
| 1.4 Créditos | : 08 |
| 1.5. Número de horas | : 06 |
| 1.6. Duración del Curso | : 34 semanas |
| 1.7. Horario | : Martes y Jueves |
| 1.8. Nombre del Profesor | : Lic. Karola Lara Manchego |

2. Fundamentación:

El curso de Ética Profesional del Periodista, constituye la piedra angular y fundamental de toda profesión. Completa la formación integral de los altos valores espirituales que han de sustentar el ejercicio de la profesión periodística.

El periodista debe asumir, con responsabilidad la función orientadora y auténticamente social, porque un buen periodista proyecta directamente su acción educativa no sólo en la niñez y juventud, sino en todos los días de la vida del hombre.

De allí que nuestro curso tienda a formar auténticos periodistas, que unan a su legítima vocación la clara conciencia de sus elevados deberes y responsabilidades. No cabe duda que la significación del Periodismo depende precisamente del periodista mismo, de su elevada calidad moral y de su irreprochable actitud profesional. Esto no se logra con disposiciones legales que fácilmente pueden ser burladas.

Además, la asignatura busca servir de nexo entre la cultura humanística y la destreza en el ejercicio profesional, con especial importancia en la responsabilidad honestidad y el servicio social.

3. Objetivos:

- 3.1. Infundir mediante el ejemplo de su vida y de su propia vivencia, el sentido de los más altos valores y la exigencia de su realización a través de la acción periodística.
- 3.2. Cultivar en el periodista las cualidades propias: entereza, abnegación, amor a la verdad y constante disposición de servir desinteresadamente al público.
- 3.3. Conocer nuestras obligaciones y deberes para actuar con honradez y responsabilidad en nuestra sociedad.

4. Contenido temático:

Capítulo I : Consideraciones preliminares

1. Importancia de los valores
2. Definiciones de la Ética y Moral
3. Persona moral y sus características
4. Deslinde entre Ética y Moral

Análisis casos prácticos

Capítulo II : Reflexiones sobre periodismo ético y deontológico

1. La ética en el periodismo
2. El rol de la ética en la función periodística
3. Prohibiciones éticas del periodismo
4. Valores éticos y morales del periodista

Análisis casos prácticos

Capítulo III : Conducta Moral y criterio de moralidad

1. Conducta moral
2. Criterio de moralidad
3. Criterio ético y sentido ético de la conducta
4. Conciencia psicológica y Conciencia moral

Análisis casos prácticos

Capítulo IV : Valores morales y éticos

1. Conceptualización de valores
2. Realización de los valores morales
3. Valores éticos profesional del comunicador social
4. Misión del consumidor

Capítulo V : La objetividad periodística

1. La objetividad periodística
2. La objetividad informativa
3. Propiedades de la verdad informativa
4. Limitaciones de la información

Análisis casos prácticos

Capítulo VI : Secreto Profesional

1. Secreto profesional
2. Secreto profesional como valor ético
3. Lo que no es secreto profesional periodístico
4. Acceso y protección de las Fuentes Noticiosas

Análisis casos prácticos

Capítulo VII: Conflicto entre intimidad y Libertad de Información

1. Vida íntima privada y pública
2. Diferencia entre intimidad y honor
3. Formas de renuncia a la intimidad
4. Conflicto entre intimidad y Libertad de Información

Análisis casos prácticos

Capítulo VIII : Libertad de Expresión y Prensa

1. Libertad de Expresión
2. Libertad de Prensa
3. Derecho y Libertad de informar
4. Diferencia entre libertad de expresión y ejercicio profesional del periodismo

Análisis casos prácticos

Capítulo IX : Sensacionalismo

1. El sensacionalismo
2. Periodismo Shund, Erotismo y Pornografía
3. La ocultación, la omisión y el plagio
4. La información tendenciosa y propagandística
5. La calumnia, difamación e injuria

Análisis casos prácticos

Capítulo X : Manipulación informativa

1. La manipulación informativa y publicitaria
2. Formas y fines de la manipulación informativa
3. La polémica, los rumores y las suposiciones
4. Función fiscalizadora de los medios de comunicación

Análisis casos prácticos

Capítulo XI : Periodismo y Política

1. Politización de medios y periodistas
2. Periodismo y política: una relación difícil y vital
3. Credibilidad como contenido ético profesional
4. Uso e impacto político de los medios

Análisis casos prácticos

Capítulo XII: Códigos Deontológicos y el Ombudsman

1. Código Internacional de Ética Periodística UNESCO
2. Código Ético de Chapultepec
3. Código de Ética del Colegio Periodistas del Perú
4. Código de Ética de la Radiodifusora Peruana (ARTV)
5. La figura del Ombudsman y la Cláusula de Conciencia

Análisis casos prácticos

5. Cronograma de avance

Temas	Avance porcentual
Consideraciones preliminares	8%
Reflexiones sobre periodismos ético y deontológico	16%
Conducta Moral y criterio de moralidad	24%
Valores Morales y Éticos	32%
La objetividad periodística	40%
Secreto Profesional	48%
Conflicto entre intimidad y Libertad de Información	56%
Libertad de Expresión y Prensa	64%
El Sensacionalismo	72%
Manipulación informativa	80%
Periodismo y Política	88%
Códigos Deontológicos y el Ombudsman	96%
Evaluación Trabajos de Investigación y Proyección Social	100%

6. Procedimientos Didácticos:

Las sesiones se realizarán mediante amplio diálogo y debate acerca de los temas y casos prácticos tomados de los medios de comunicación social. También se realizarán análisis críticos de las lecturas analizadas y de las exposiciones, producto de la investigación. Ello motivará la participación activa de los estudiantes y también el desarrollo de trabajos prácticos individuales y grupales.

Además a fin de reforzar los objetivos académicos y valores profesionales, el alumno deberá presentar un trabajo de investigación y proyección social.

7. Recursos Materiales:

- ✓ Videgrabadora, computadora multimedia, proyectos de vistas opacas, láminas y cualquier otro recurso al alcance de los estudiantes.
- ✓ Artículos periodísticos, videos, transparencias.

8. Evaluación:

Será continua e integral, individual y grupas. Participación en clase y pruebas orales y escritas. Los exámenes se harán en las fechas programadas y comunicadas oportunamente, éstos serán parciales y uno final.

9. Bibliografía:

- ✓ Brajnovic, Luka. Deonología Periodística, Edit Universidd de Navarra Madrid, 1978.
- ✓ Defensoría del Pueblo. Situación de la Libertad de Prensa en el Perú, Edición Defensoría del Pueblo, Lima-Perú, 1998.
- ✓ Doig K, Germán. El Desafío de la Tecnología, Edición Imprematur, Lima-Perú, 2000
- ✓ Frank Priess, Antonio Cacua Prada. Etica y Responsabilidad, Editorial Guadalupe Conrad Adenauer Stifung. Colombia, 2000.
- ✓ Garburevich Regal, Juan. Historia de la Prensa Peruana, Editorial La Voz, Lima 1991.

- ✓ H. Eugene Goodwin. Por un Periodismo Independiente, Como Defender la Ética. Traducido por Fernando Arbeláez, Primera Edición en castellano, Santa Fé Bogotá-Colombia, Edición Armada Electrónica, Impresión y Encuadernación, Tercer Mundo Editores, Setiembre 1994.
- ✓ Konrad Adenauer Stiftung. Medio de Comunicación, Democracia y Poder, Edición Ciedla, Argentina, 1995.
- ✓ Honrad Adenauer Stiftung. Etica y Responsabilidad: Reflexiones para Perodisticas, Editora Guadalupe, Bolota-Colombia, 2000.
- ✓ Maturana Romecin, Humberto. El Sentido de lo Humano, Cuarta Reimpresión, Santiago de Chile, Edición Dolmen, Talleres Gráficos de Editorial Universitaria, 1994.
- ✓ Maturana Romecin, Humberto. La Objetividad, Edición Domen, Santiago- Chile, 1996.
- ✓ Miro Quezada G. Alejandro. El Periodismo, Lima- Perú, Editorial Servicios Especiales, 1991.
- ✓ Ricardo Antoncichsj, Vicente Saud sj. Alberto Simona sj., Juan Julio Vich. Una Etica para tiempos difíciles, Edición Centro de Espiritualidad Ignacia, Lima- Perú, 2001
- ✓ Terrones Negrete Eudoro. Periodismo Etico y Deontológico, Ediciones Afa Editores Importadores S.a. Lima- Perú 1998.
- ✓ Vásquez Fernández, Francisco. Etica y Deontología de la Información, Primera Edición, Madrid-España, Editorial Paraninfo S.A., 1991.
- ✓ Vásquez Ríos, Conflicto entre Intimidación y Libertad de Información. Edición Universal San Martín de Porras, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Primera Edición, Lima Perú, 1998.

I.18. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA (Arequipa): **Deontología de la Comunicación**. Pfr. Heriberto Carlos Luza Gironzini. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

PROGRAMACIÓN DEL SILABO DE APRENDIZAJE

I. IDENTIFICACION ACADEMICA

1. **Facultad:** Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades
2. **Departamento Académico :** Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades
3. **Nombre de la Asignatura:** Deontología de la Comunicación **Código:**5107238
4. **Programa Profesional donde se desarrolla la asignatura:** Comunicación Social
5. **Docente (s) y /o Jefe (s) de Práctica (s)**

Código	Apellidos y Nombres	Función	Categoría
0341	LUZA Gironzini Heriberto Carlos	Docente	Asociado

6. Ubicación y Distribución Horaria

Año Académico	Semestre	Créditos de la Asignatura		Horas Teórico Prácticas	
		Teóricos	Prácticos	Semanales	Semestrales
2007	VII	2	1	04	76

7. Ambiente donde se realiza el aprendizaje

Teoría	AULA B – 307
Práctica	AULA B – 307

II.- LINEAMIENTO ACADÉMICO PROFESIONAL

1. Sumilla:

- PRIMERA UNIDAD:-ETICA Y MORAL :BASES TEORICAS ESCRITO.
- SEGUNDA UNIDAD.--ETICA PROFESIONAL .
- TERCERA UNIDAD :DEONTOLOGIA DEL COMUNICADOR SOCIAL

2. Aspectos del Perfil Académico de la Asignatura en la Formación Profesional:

1. Analizar valorar y asumir conductas éticas.
2. clasificar, introducir acrecentar valores como forma de vida
3. Demostrar. Ejecutar y defender el cumplimiento de los deberes profesionales.
4. Promover el manejo de los códigos éticos de la profesión y especialidad.

III. PROGRAMACIÓN DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

PRIMERA FASE Del 12Marzo----- Al 21 de Abril----- Total Horas 24 horas.

COMPETENCIA (Conceptual, procedimental, actitudinal)	CONTENIDOS SIGNIFICATIVOS	CRONOGRAMA (Del al)	
		T	P
1.- Comprende y analiza la naturaleza de la moral y la ética 2.- Reconoce y distingue los valores morales de la persona	PRIMERA UNIDAD: ETICA Y MORAL: BASES TEORICAS 1.1 Importancia del Estudio de la Ética. 1.2 La Ética como disciplina filosófica- 1.3 La Ética como teoría de la Moral 1.4 La Ética concebida como Ciencia. 1.5 Concepto de Ética. 1.6.Método de la Ética. 1.7 Relaciones y Diferencias entre Ética y Moral. 1.8. Relación de la Ética con otras ciencias. 1.9. El Hombre y la Ética 1.10 Criterios para el Estudio del Hombre. 1.11 Criterio Trascendentalista 1.12 Criterio Inmanentista. 1.12.La Etica y La Axiología. Primera Evaluación	Del 12-03-07 Al 21-04-07	Del 12.03-07 AL 21.04.-07

EVALUACIÓN:

Procedimientos		Porcen- -taje	Ponde- ración	Instrumento
TEORÍA	• Prueba escrita	60%	12	Prueba de Ensayo y Razonamiento
	• Intervenciones orales	10	02	Lista de Cotejo
PRÁCTICA	• Exposiciones	10	02	Lista de Cotejo
	• Trabajos prácticos	10	02	Lista de Cotejo
	• Asistencia y puntualidad	10	02	Registro de Asistencia
	• Otros:			

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Escobar Valenzuela Gustavo: ÉTICA. Edit. McGraw Hill México Enero 2000
- LUZA G. Heriberto Ética. Separatas Universitarias UCSM Arequipa 2005-
- www-Sdp.saladeprensa.org/etica.ohtm

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Rojas Bernal Carlos Julio : Reingeniería del Alma. Edit Metanoia .-2004. Perú.

SEGUNDA FASE Del 22 de abril----- Al 02 de junio----- Total Horas 24 horas.

SEGUNDA FASE Del 22 de abril al 02 de junio Año 02 de julio Total Horas 24 horas				
COMPETENCIA (Conceptual, procedimental, actitudinal)	CONTENIDOS SIGNIFICATIVOS	CRONOGRAMA		
		(Del al)		
		T	P	
4.- Asume una actitud proactiva frente a los demás y es capaz de distinguir lo bueno de lo malo. 5.- Vinculará el problema del hombre con la ética .	<u>SEGUNDA UNIDAD: ETICA PROFESIONAL</u> 2.1 La Comunicación en el Entramado Social. 2.2. Responsabilidad Social en las Acciones de Comunicación. 2.3 Cultura Corporativa: Estándares Profesionales de Actuación. 2.4.Hablamos solo de Audiencia o Lectoría. 2.5 Problemas Éticos en el ámbito de la Información. 2.6. La Verdad en la Información: Contrastar las Fuentes. 2.7. Información Debida: Cuánto deben hablar las instituciones?. 2.8 .Comunicación Pública de la Vida Privada 2.9.Información y Salud Pública. 2.10. Respeto e Integración de las Minorías. Segunda Evaluación	Del 22-04-07 Al 02-06-07	Del 22.04-07 AL 03.06.-07	
EVALUACIÓN:				
Procedimientos		Porcen- -taje	Ponde- ración	Instrumento
TEORÍA	• Prueba escrita	60%	12	Prueba de Ensayo y Razonamiento
	• Intervenciones orales	10	02	Lista de Cotejo
PRÁCTICA	• Exposiciones	10	02	Lista de Cotejo
	• Trabajos prácticos	10	02	Lista de Cotejo
	• Asistencia y puntualidad	10	02	Registro de Asistencia
	• Otros:			
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA				
- Escobar Valenzuela Gustavo: ÉTICA. Edit. McGraw Hill México Enero 2000				
- LUZA G. Heriberto : Ética. Separatas Universitarias UCSM Arequipa 2005				
- www-Sdp.saladeprensa.org/etica.ohtm				
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA				
Soto Pasco Rogelio : Ética Edit. Palomino Lima 2004				

TERCERA FASE Del 03 de junio Al 21 de julio----- Total Horas 28 horas.

COMPETENCIA (Conceptual, procedimental, actitudinal)	CONTENIDOS SIGNIFICATIVOS	CRONOGRAMA	
		(Del al) T	P
5.- Analiza y valora la aplicación de la ética en su profesión. Reflexiona sobre determinadas problemáticas y formulará soluciones tentativas	TERCERA UNIDAD: DEONTOLOGIA DEL COMUNICADOR SOCIAL 3.1 Ética de los Periodistas :Dodecalogo del Periodista. 3.2 Problemas Éticos en el ámbito del Entretenimiento y la Ficción. 3.3. Entretenimiento o Manipulación de Información. 3.4. Efectos Sociales de la Degeneración de la crónica social. 3.5 .Sexo y Violencia en la ficción audiovisual. 3.6.Ficción Dirigida a Jóvenes. 3.7.Programación Infantil.. 3.8..Problemas Éticos en el ámbito de la Comunicación Comercial. 3.9. Valores que venden la marca. 3.10 La Competencia Leal 4.13 Principios Éticos del Comunicador Social. 4.14 Principios Éticos del Periodista. 4.15. Principios Éticos del Marketero. 4.16. Principios Éticos del Publicista. Tercera Evaluación	Del 03-06.07 Al 21.07.07	Del 03.06-07 Al 21.07.07

EVALUACIÓN:

Procedimientos		Porcen -taje	Ponde ración	Instrumento
TEORÍA	• Prueba escrita	60%	12	Prueba de Ensayo y Razonamiento
	• Intervenciones orales	10	02	Lista de Cotejo
PRÁCTICA	• Exposiciones	10	02	Lista de Cotejo
	• Trabajos prácticos	10	02	Lista de Cotejo
	• Asistencia y puntualidad	10	02	Registro de Asistencia
	• Otros:			

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Escobar Valenzuela Gustavo: **ÉTICA**. Edit. McGraw Hill México Enero 2000

- LUZA G. Heriberto .**Ética .Separatas Universitarias UCSM. Arequipa 2005**

- - www-Sdp.saladeprensa.org/etica.ohtm

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Rojas Bernal Carlos Julio : **Reingeniería del Alma** . Edit. Metanoio .Lima 2004.

Soto Pasco Rogelio : **Ética** . Edit Palomino Lima 2004.

ESTRATEGIAS DE METODOLOGÍA ACTIVA	FASES		
	1 era	2 da.	3 era.
• Tándem (en pares)	X	X	
• Rompecabezas			
• Discusión controversial	X	X	
• Proyecto			
• Lluvia de ideas		X	
• Encadenamiento del saber			
• Taller	X	X	
• Panel	X	X	
• Seminario			X
• Mesa redonda	X		X
• Mapas conceptuales			
• V Heurística			
• Ámbitos de flujo			
• Niveles de lectura	X	X	X
• El estudio de casos	X	X	X
• La estrategia de preguntas – respuestas	X		X
• La estrategia tutorial			
• La cátedra dinámica	X	X	X
• Multimedia			
• Otras			

MATERIALES EDUCATIVOS

• Pizarra	X
• Lámina	
• Rotafolio	
• Textos	X
• Televisor	X
• VHS	X
• Grabadora	
• Retroproyector	X
• Computadora	X
• Proyector multimedia	X
• Internet	X
• Equipos de laboratorio	
• Maquinarias	
• Insumos	
• Otros	

Arequipa, 09 de marzo del 2007.

Firma del Docente

I.19. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA: Ética Profesional. Pfr. Raúl Cárdenas.
(fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
(Segunda Universidad Fundada en el Perú)
FACUTAD CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SILABO
ETICA PROFESIONAL CC-521

I. DATOS GENERALES.

1.1. Nombre de la Asignatura	:	Ética Profesional
1.2. Código	:	CC. 521
1.3. Créditos	:	4.0
1.4. Tipo	:	Obligatorio
1.5. Requisito	:	DE-422
1.6. Plan de estudios	:	1,996
1.7. Semestre académico	:	2007-I
1.8. Duración	:	17 Semanas
1.9. Período de inicio y término	:	Del 07 mayo al 17 de agosto 2007.
1.10. Docente Responsable	:	Lic. Raúl Cárdenas Mendivil raulcardenasm@hotmail.com
1.11. N° de horas de clases semanales	:	04
1.11.1. Teóricas	:	04
1.12. Lugar	:	
1.12.1. Teoría	:	Aula C. 221
1.13. Horario	:	
1.13.1 Teoría	:	Lunes 7.00 a.m. a 9.00 a.m. Viernes 10. 00 a .m. 12.00 M.

II. SUMILLA.

La asignatura es estrictamente teórica y permite al estudiante identificar a la Ética , como una forma de conocimiento fundamental y su objeto es: generar en el alumno principios éticos para el ejercicio profesional origen y evolución del concepto ético desde Aristóteles a Marx. Las nuevas concepciones sobre ética-democracia y Ética. La Ética en la Empresa y Comunicación. Rentabilidad y credibilidad, la objetividad como valor y posibilidad, la objetividad y la buena fe del público, la ética en la redacción y supervisión, la comunicación visual y la ética, la responsabilidad del comunicador social y los problemas morales de la actualidad.

III. OBJETIVO.

- 3.1. General: Ayudar al estudiante a descubrir críticamente la identidad y el perfil del ser humano responsable y, proporcionarle los fundamentos básicos para el ejercicio ético profesional de la comunicación social.
- 3.2. Específicos:
 - Actualizar al estudiante en la Ética para que asuma con responsabilidad su futura profesión.
 - Proporcionar los fundamentos teóricos y conceptuales sobre temas Filosóficos y Éticos.
 - Promover en los estudiantes la consciencia crítica y reflexiva para generar una convivencia armoniosa en la sociedad.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS.

Clases Teóricas.

SEM	FECHAS	CONTENIDO	RESPONSABLE.
01	07/05/07 11/05/07	Introducción al curso. Presentación de sílabo ¿Qué es la Ética. Corrientes Epistemológicas y teorías sobre la Ética.	Raúl Cárdenas M.
02	14/05/07 18/05/07	Ética y Técnica de la Profesión. Objeto de la Ética. Perspectivas frente al concepto de Ética	Raúl Cárdenas M
03	18/05/07	El Valor de la Ética en la Opinión Pública	Raúl Cárdenas M.

	21/05/07	Moral y Derecho.	
04	25/05/7 28/05/07	Ética y Empresa Periodística ¿Quién es el Periodista?. La Empresa Periodística	Raúl Cárdenas M.
05	01/06/07 04/06/07	Control de Lectura: Sobre la Ética. Los deberes profesionales y los bienes no patrimoniales	Raúl Cárdenas M.
06	08/06/07 11/06/07	PRIMER EXAMEN II UNIDAD: La comunicación social y la Ética. La Constitución Política del Perú y el Derecho a la Información.	Raúl Cárdenas M.
07	15/06/07 18/06/07	Postura correcta del informante y el problema de la objetividad en la información. El Comunicador Social y la buena fe del público. El culto de Sensacionalismo	Raúl Cárdenas M.
08	22/06/07 25/06/07	Ética y Dignidad Humana El derecho de respuesta y la rectificación. Rectificación y Credibilidad. Consecuencias morales	Raúl Cárdenas M.
09	02/07/07 06/07/07	El derecho de respuesta y la rectificación. Rectificación y Credibilidad. Consecuencias morales	Raúl Cárdenas M.
10	09/07/07 13/07/097	Ética y Dignidad Humana El derecho de respuesta y la rectificación. Rectificación y Credibilidad. Consecuencias morales	Raúl Cárdenas. M.
11	16/07/07 20/07/07	El plagio y los derechos de autor Control de Lectura sobre la Ética.	Raúl Cárdenas M.
12	23/07/07 27/07/07	Control de Lectura: Sobre la Ética La responsabilidad del comunicador social	Raúl Cárdenas M.
13	30/07/07 03/08/07	Debates sobre los temas de discusión El derecho a la Intimidad	Raúl Cárdenas M.
14	06/08/07 10/08/07	Exposiciones-taller Exposiciones – taller	Raúl Cárdenas M.
15	13/08/07	Revisión de trabajos de investigación	Raúl Cárdenas M.
16	17/08/07	Examen final del curso.	Raúl Cárdenas M.

V. METODOLOGÍA

1. Se promoverá técnicas de taller en las exposiciones programadas
2. Se analizarán los temas Éticos
3. Se realizarán trabajos académicos por equipos

RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo de clases se utilizará proyector multimedia, pizarra, plumones, papelotes y separatas.

VI. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

En las evaluaciones se tomará en cuenta el aspecto cognitivo para descubrir científicamente la identidad y el perfil del ser humano responsable ligado al ejercicio de la comunicación social, con la siguiente ponderación:

- | | |
|------------------------|-----|
| 1. Evaluación teórica | 50% |
| 2. Exposiciones | 25% |
| 3. Trabajos encargados | 15% |
| 4. Comportamiento | 10% |

Requisitos de Aprobación

- a. Asistencia obligatoria a las clases
- b. Participación activa en las clases
- c. Aprobación de los dos exámenes escritos
- d. Presentación de carpetas de las exposiciones.

VII. BIBLIOGRAFÍA

1. ETICA PERIODISTICA EN LA PERSPECTIVA DE LOS VALORES-Fondo Editorial- Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza- Lima – 2005.
2. ETICA PERIODISTICA por Alfredo Vignolo Maldonado- Editorial Duartes-Lima.
3. REGAL, Alberti- “Fundamentos de la Ética profesional”. Publicaciones de la Universidad de Lima.
4. VASQUEZ ,Francisco:”Ética y Deontología de la Información- Madrid -1991.
5. PERLA ANAYA, José : “La prensa, la gente y los gobiernos”-Lima.
6. AZNAR, Hugo “Ética y Periodismo”
7. RIVERS, William”La Ética en los medios de comunicación”- Lima.
8. IVAN CONTRERAS NOGUEIRA:”Apuntes de Ética”-INTERNET

Ayacucho, mayo del 2007.

I.20. UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONO ABAD DEL CUSCO: **Ética Periodística**. Pfra. Karola Lara Manchego. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SILABO

DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

I. PARTE INFORMATIVA

- a) Asignatura: Deontología de la Comunicación
- b) Código: CC 202ACC
- c) Facultad: Semestral
- d) Carrera Profesional: Comunicación Social e Idiomas
- e) Sistema Curricular: O.E.
- f) Area Curricular: Ciencias de la Comunicación
- g) Horas: 05
- h) Duración del Curso: 18 semanas
- i) Semestre: 2007-I
- j) Docente: Lic. Leonel Guzmán Calderón

II. JUSTIFICACIÓN

En la vida del hombre y en la vida ciudadana y universitaria, es vital la formación ético-moral y en la vida profesional, la Deontología. La comunicación tiene estricta relación con los miembros de la sociedad. La visión deontológica en el campo de la gnoseología y en la actuación social merecen que se tome con mucha responsabilidad la actuación del comunicador.

III. OBJETIVOS

GENERAL

Formar al alumno de acuerdo a los principios ético-deontológicos en la actuación de la vida profesional.

ESPECÍFICOS

- a) Determinar el valor de la ética y la deontología en la vida comunicativa.
- b) Desarrollar los principios ético-morales como el acatamiento a los deberes del comunicador en la sociedad cusqueña.
- c) Practicar la deontología en la actuación diaria como en la vida profesional.

IV. SUMILLA

Enlazar los conocimientos teórico-prácticos de la Deontología en la conducta y actitud profesional como la vigilancia en tanto control social dentro de la sociedad, actuando bajo los principios de respeto y observación a las normas morales en función a elevar la condición humana.

V. METODOLOGÍA

La actuación bajo el sustento del método crítico social, que responde a las necesidades básicas de la sociedad. Especialmente en la función del deber: primero está la sociedad en sus elevados fines de servicio al hombre.

Se actúa bajo la realidad, análisis, debate, propuestas.

Mesas redondas, dinámicas culturales. Trabajos en la vida y/o profesión

VI. EVALUACIÓN

04 evaluaciones escritas
04 trabajos escritos y/o exposiciones
Suma dividida por factor 4.

SUMARIO

PRIMERA UNIDAD

PANORAMA ÉTICO-DEONTOLÓGICO EN LA HISTORIA

Objetivo: Indagar en las corrientes filosóficas que sustentan el derrotero ético-deontológico.
Contiene: Visión histórica de las Escuelas Socráticas. Expresiones en el Cinismo. Hedonismo. Estoicismo. La visión platónica. La visión Aristotélica. Los pasos en la sociedad de Santo Tomás. La criticidad de Hegel. Nietzsche. Hobbes. Spinoza. Hume. Kant. Marx. Fukuyama.

SEGUNDA UNIDAD

LA DEONTOLOGÍA HISTÓRICA EN LA PROYECCIÓN VITAL

Objetivo: Pretender el conocimiento de la humanidad en cuanto deber universal.
Contiene: La Deontología de Bentham. El llamado Utilitarismo. La visión socialista. La visión capitalista. Perspectiva contemporánea.
Análisis de las Escuelas a nivel internacional. La globalización y sus efectos.
Mesa redonda. Prueba escrita(primera parcial). Trabajo escrito individual.

TERCERA UNIDAD

DEONTOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

Objetivo: Abarcar las responsabilidades del comunicador ante la sociedad (cusqueña y nacional).
Contiene: La profesión. El oficio. Definiciones y características. Contrastación en la vida práctica. El profesional en las ciencias de la comunicación. Proyecciones . la realidad informativa y comunicativa. Enlace con la sociedad a través de la opinión pública. El sentido del deber.
Evaluación grupal. Debate. Propuestas acerca del comportamiento de la sociedad cusqueña.

CUARTA UNIDAD

DEONTOLOGÍA EN LAS MANIFESTACIONES COMUNICATIVAS

Objetivo: Desarrollar en todas las áreas comunicativas la condición de la Deontología.
Contiene: La verdad. Lealtad. Bien Común, El juicio y la realidad. La justicia. La libertad. La dignidad. La deontología en la prensa. Deberes y derechos. Madurez del periodista. La censura. Responsabilidades. Libertad de expresión. Libertad de prensa. Libertad de Empresa. La Opinión. Responsabilidad social. Secreto profesional. Acceso a las fuentes. Sensacionalismo. Calumnia. Difamación. Chismes. Rumores. Derecho a la rectificación. Debate. Prueba escrita (segunda parcial).
Trabajo escrito. Exposición. Práctica (proyección de películas).

QUINTA UNIDAD

PUBLICIDAD EN LA VIDA ACTUAL

Objetivo: Analizar los soportes económicos en la publicidad y su dependencia, versus la deontología y la profesión.

Contiene: Publicidad y la Deontología. La propaganda y la publicidad. Las orientaciones actuales. El Cusco en la actuación profesional. Las Relaciones Públicas. Las Relaciones Industriales. Debate y controversia. Prueba escrita (tercera parcial). Trabajo escrito. Exposición.

SEXTA UNIDAD

LOS PRINCIPIOS DEONTOLÓGICO EN LA VIDA PROFESIONAL

Objetivo: Comprender el marco legal en el Perú.

Contiene: Los códigos ético-sociales en la historia peruana. Ética, Deontología y Política en el Perú. La intervención de la iglesia católica y otras religiones-Comunicación y Política.
Prueba escrita. (cuarta parcial). Exposición. Debate.

BIBLIOGRAFÍA

- | | |
|-----------------------|--|
| ARANGUREN, José Luis. | Ética. Edit. Revista del Occidente. Madrid. 1997. |
| AYALA, Francisco. | La Naturaleza Inacabada. Ensayo en torno a la evolución. Edit. Salvat. Barcelona. 2000 |
| BRAJNOVIC, Luka. | Deontología Periodística. Edit. Universidad de Navarra. S.A. Pamplona. 1999. |
| GUZMÁN, Leonel. | Ombigo del Mundo. Edit. Aguilar. Cusco. 2005 |

- NIETZSCHE, Federico. La Génesis de la Moral. Edit. Paraninfo. México. 1987.
 Así Habló Zaratustra. Edit. Oveja Negra. Bogotá. 2000.
- FUKUYAMA, Francis. El Fin de la Historia o el Último Hombre. Edit. Planeta. Buenos Aires. 1997

Revistas de los colegios de periodistas del Perú y del mundo. Códigos de Ética y Deontología.

I.21. UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN (Huánuco): Legislación y **Ética en Comunicación Social**.
 Pfr. Julio César Quiroz. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

SYLLABUS

1.- DATOS GENERALES

- | | | |
|------------------------------|---|--|
| 1.1. Asignatura y Código | : | Legislación y Ética en Comunicación Social |
| 1.2. Pre – requisito | : | No tiene |
| 1.3. Nro. De Horas | : | 2T – 1P = 3HT |
| 1.4. Año de Estudio | : | 4to. Año |
| 1.5. Horario de Clases | : | Martes - 3:40 a 5:15 p.m.
Jueves - 3:40 a 4:25 p.m. |
| 1.6. Hrio. de Aten. al Alum. | : | L a V 10:00 a 12:00 m |
| 1.7. Docente | : | Lic. Julio César Quiroz Alvarado |
| 1.8. E – mail | : | julioquiroz_unheval@hotmail.com |

2.- SUMILLA

El curso comprenderá la información y análisis de las distintas escuelas ético-filosóficas de la humanidad y su aplicación en el ejercicio profesional de los comunicadores sociales, en las diversas áreas de trabajo en las actuales épocas. El curso buscará que informe y oriente a los estudiantes sobre los deberes y derechos profesionales del comunicador, elevar el nivel de razonamiento sobre los aspectos morales de la práctica profesional. Las fuentes para conocer las responsabilidades de dicho profesional son de orden jurídico (jurisprudencia, doctrina, legislación) y la normativa gremial, códigos y normas de las diferentes especialidades de la carrera de Comunicación Social. Dado que los deberes éticos y legales corresponden a diversos planos, el curso distinguirá a nivel teórico, las exposiciones concernientes a dichos ámbitos, pero a nivel práctico es decir, en orden al trabajo de interpretación casuística, se buscará una perspectiva integradora.

Políticas de comunicación en el Perú. Política de Comunicación y Pacificación. Ley General de las comunicaciones. Los Derechos Humanos y la Comunicación. Ley de Libertad de Información. Habeas Data. Reglamento. Estatutos y Ley del Colegio de Periodistas. Ley de Seguro y Riesgo Profesional del Periodista. Normas y Reglamentos.

3.- OBJETIVOS

- 3.1. Motivar una conducta moral y legal en la diaria actividad profesional de la comunicación social.
- 3.2. Propiciar la responsabilidad social en el tratamiento y opinión respecto a temas de interés nacional.

4.- METODOLOGÍA Y MATERIALES DE ENSEÑANZA

- 4.1. METODO : Exposición – Diálogo y Análisis
- 4.2. MATERIALES: Pizarra Acrílica, plumones, periódicos, revistas y artículos periodísticos.

5.- METODO DE EVALUACION

- 5.1. Heteroevaluación ,
- | | |
|------------------|-----------------------------|
| Primer Parcial : | entre el 03 al 07 JUL. |
| Segundo Parcial: | entre el 28.AGO. al 01.SET. |
| Tercer Parcial : | entre el 30.OCT. al 03.NOV. |
| Cuarto Parcial : | entre el 26 al 30 DIC. |

6.- PROGRAMA ANALITICO

Artículos y comentarios en Inglés sobre Casos de ética Periodística Que se publican en el New York Times

7.- CONTENIDO PROGRAMATICO

7.1. PRIMERA UNIDAD

Duración : 8 Semanas
Denominación: Aplicación de Moral y Ética

Temas	Semana
Vocación , Profesión y su Dimensión Profesional	1
Moral: concepciones y manifestaciones	2
Ética: concepción y caracterización, Relac. y Dif.entre moral y ética	3
Doctrinas Éticas	4
Censura y Autocensura	5
El Secreto Profesional	6
Cinco Doctrinas sobre Información	7
Información y Derechos Humanos	8

7.2. SEGUNDA UNIDAD

Duración : 8 Semanas
Denominación: Decisiones e Información

Temas	Semana
Libertad, Responsabilidad, Cláusula de la conciencia	9
Objetividad, Verdad y Veracidad	10
Autocontrol Informativo	11
Códigos de Ética del Colegio de Periodistas	12
Ética ante la Ideología y Política	13
Ética ante la Realidad Nacional	14
Ética en la Radio	15
Ética en la Televisión	16

7.3. TERCERA UNIDAD

Duración : 9 Semanas
Denominación: Decisiones e Información

Temas	Semana
Ética y el Foto Periodismo	17
Ética y el Séptimo arte	18
Ética en la Publicidad y Propaganda	19
Ética en la Comunicación Organizacional	20
Ética en el Periodismo Digital	21
Corte Interamericana de los Derechos Humanos - CIDH	22
DECLARACIÓN Universal de los DD.HH.,.	23
Derechos Cíviles y Políticos	24
Constitución Política 1993 y Derechos de los Periodistas y/o Com.	25

7.4. CUARTA UNIDAD

Duración : 9 Semanas
Denominación: Disposiciones Legales

Temas	Semana
Acción de Amparo	26
Acción de Habeas Corpus	27
Acción de Habeas Data	28
Acción de Cumplimiento	29
Acción Popular	30
Acción de Inconstitucionalidad	31
Derechos de Personalidad – Código Civil	32
Responsabilidad Penal	33
Ley de Radio y televisión	34

8.- BIBLIOGRAFIA

- 8.1. Ética Periodística Asoc. Nac. De Periodistas – ANP
- 8.2. Manual de Lib. De Op. Exp. e Inf. Comisión Andina de Juristas – 1999
- 8.3. Manual de Libertad e Igualdad Comisión Andina de Juristas – 1999
- 8.4. Compromiso Ético de la Radio en el Perú Instituto de Defensa Legal – 2001

- 8.5. Ética Profesional Univ. de Lima – 2000
 - 8.6. Manual de Deontología Informativa J.Gonzáles Bedoya – Univ. – de Alambra- 1990
 - 8.7. Realidad Legal de las Comunicaciones José Perla Anaya
 - 8.8. La Radiotelevisión José Perla Anaya
 - 8.9. Derecho y Comunicaciones José Perla Anaya
 - 8.10. Marco Jurídico de la Lib. De Prensa Dino.C.CaroCoria – Inst. de Prensa y Sociedad – 2001
 - 8.11. Legislación de las Garantías Constitucionales Gonzalo Gómez Mendoza Edic. RHODAS
 - 8.12. Código Civil Edit. EL PERUANO
 - 8.13. Código Penal Edit. EL PERUANO
 - 8.14. La Libertad de Expresión Francisco Eguiguren Praelli
E Información y el Derecho a la PALESTRA Intimidad Personal. 2004.
- www.cpst-perú.org/privacidad/bdatos
www.lac.derechos.apc.org

I.22. UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO (Trujillo): **Ética y Comunicación**. Pfr. Alberto Pinillos (fecha documento: 3-8-07)

Universidad Privada Antenor Orrego
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

I. DATOS GENERALES:

1.1. Nombre asignatura:	:	Ética y comunicación
1.2. Código	:	
1.3. Créditos	:	03
1.4. Ciclo de estudios	:	VII
1.5. Número de horas	:	04
1.6. Fecha de inicio	:	14 de agosto del 2006
Fecha de culminación	:	15 de diciembre del 2006
1.7. Duración	:	17 semanas
1.8. Prerrequisitos	:	Ninguno
1.9. Docente	:	Alberto Pinillos Bocanegra

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura de ética y comunicación permite conocer los deberes de los comunicadores sociales como promotores de las responsabilidades sociales dentro de sus organizaciones. Analiza y define una temática fundamental de los planteamientos éticos, así como las normas deontológicas para su aplicación en el ejercicio profesional y a los problemas de la sociedad actual.

III. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

- 3.1. Logra autoevaluarse racionalmente como persona, analizando la importancia de la ética en la vida del ser humano.
- 3.2. Interpreta las normas éticas morales que rigen el desempeño profesional del comunicador social y de otros profesionales.
- 3.3. Identifica su compromiso personal y social con la comunidad en el campo de las ciencias de la comunicación.

IV. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: Ética y moral

1. Duración:
2. Competencias de la unidad:
 - 2.1. Describe los aspectos relevantes del ser humano desde la perspectiva ética y moral, utilizando un cuadro resumen.
 - 2.2. Identifica las diferencias y trascendencia del ser humano.
 - 2.3. Analiza las diferencias entre ética y moral, empleando un mapa conceptual.

Nº DE SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
1º	Persona y ética, la esencia humana del individuo.	<ul style="list-style-type: none"> Reconoce a la ética como acto inherente en la vida del hombre. 	<ul style="list-style-type: none"> Valora la importancia de la ética en el ser humano.
2º	Diferencias entre ética y moral. Definiciones e importancia.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las diferencias entre ética y moral, empleando cuadro de resumen. 	
3º	La persona y su trascendencia, el ser vital en cuerpo y espíritu.	<ul style="list-style-type: none"> Reconoce la esencia humana y capacidad para discernir, así como evaluar comportamientos. 	
4º	La naturaleza racional del hombre. Su capacidad de amar, practicar valores, inteligencia y libertad.	<ul style="list-style-type: none"> Describir los aspectos valorativos del hombre y su vida en sociedad, empleando mapa conceptual. 	

UNIDAD 02: La cultura y los valores personales

1. Duración:
2. Competencia de unidad:
 - 2.1. Identifica las características de la cultura como un conjunto de expresiones y la práctica de valores en el hombre, empleando mapas conceptuales.
 - 2.2. Relaciona los valores del hombre en su proceso de socialización, empleando un cuadro de resumen.
 - 2.3. Describe los niveles de valores en el hombre.

Nº DE SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
5º	Concepción de cultura y su aporte en el ser y el hacer de las agrupaciones humanas en la historia.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica a la importancia de cultura en los grupos humanos organizados, empleando mapas conceptuales. 	<ul style="list-style-type: none"> Valora la importancia de la ética en el ser humano.
6º	El concepto del valor y sus acepciones.	<ul style="list-style-type: none"> Relacionar el concepto del valor con sus acepciones, aplicando un cuadro de resumen. 	
7º	El cambio de los valores, según espacio, tiempo e historia.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica la jerarquización y diversos niveles de los valores, aplicando un cuadro de resumen. 	
8º	Significado del bien natural y del bien moral en la cultura de una comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica el bien natural en el desarrollo de una sociedad, empleando un mapa conceptual. 	

PRIMER EXAMEN PARCIAL

Unidad 03: El objetivo y normatividad de la ética

1. Duración:
2. Competencia de la unidad
 - 2.1. Identifica el objetivo de la ética y su aplicación dentro del contexto social, a partir de una conciencia de respeto a lo que debe ser y lo que debe hacer, empleando separatas.
 - 2.2. Analiza el conjunto de reglas o normativas que permiten al hombre su vida en sociedad, aplicando cuadro resumen.
 - 2.3. Relacionar el objeto material y formal del estudio de la ética.

Nº DE SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
9º	La ética como ciencia y su preocupación por el fin al que debe dirigirse la conducta humana.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la naturaleza del hombre, su esencia a partir del pensamiento de platón, aplicando cuadro de resumen. 	<ul style="list-style-type: none"> Valora la importancia de la ética en el ser humano.
10º	El carácter normativo de la ética. La naturaleza animal del hombre desde la perspectiva aristotélica.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza el comportamiento humano desde la óptica de la razón. 	
11º	La dimensión instintiva basada en la opinión ajena origina comportamientos temperamentales.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica los impulsos, tendencias o fuerzas que generan el bienestar total del ser humano. 	
12º	El hombre como ser imperfecto y perfectible, su naturaleza compleja y autodesarrollo integral.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza las normas que esculpen la personalidad del hombre, aplicando un mapa conceptual. 	

UNIDAD 04: La rectitud de la ética: Los actos humanos

1. Duración
2. Competencia de unidad
 - 2.1. Describe un conjunto de hechos o comportamientos que contribuyan con el perfeccionamiento humano.
 - 2.2. Identificar los actos humanos orientados hacia la rectitud y perfeccionamiento humano.
 - 2.3. Analiza los actos humanos como una ordenación hacia las virtudes y valores que orientan el comportamiento del hombre, empleando un mapa conceptual.

Nº DE SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
13º	La ética estudia los actos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los actos del hombre y los actos humanos, empleando mapas conceptuales. 	<ul style="list-style-type: none"> Valora la importancia de la ética en el ser humano.
14º	Los actos humano como una ordenación hacia las virtuales y valores del ser humano.	<ul style="list-style-type: none"> Identifica virtudes y valores que perfeccionan al hombre, aplicando cuadro resumen. 	
15º	La ética como indagación de los principios últimos y racionales del hombre.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la rectitud de los actos humanos personales, conformes con lo bueno, lo bello, lo verdadero y justo, aplicando un mapa conceptual. 	
16º	La ética profesional. La ética del comunicador social empleando como periodista y publicista.	<ul style="list-style-type: none"> Analiza el comportamiento de los profesionales de la ciencia de la comunicación. Cuadro de Resumen. 	

EXAMEN FINAL

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- 4.1. Los estudiantes presentarán trabajos de investigación individual y por equipos, los que serán evaluados semanalmente.
- 4.2. Las actividades de aprendizaje será a través de exposiciones motivadoras que generen la participación de los estudiantes.
- 4.3. Lectura de fuentes de consulta.

VI. MEDIOS Y MATERIALES

- a. Uso de pizarra y separatas.
- b. Equipos multimedia, televisión y DVD.

VII. INDICADORES, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- 7.1 La nota de medio semestre se obtendrá como resultado de la sumatoria del examen parcial, el promedio de tarea académica (trabajos individuales y en equipo), más las intervenciones orales en clase.
- 7.2. La calificación para la segunda fase del semestre tendrá los mismos procedimientos, pero esta vez la nota del examen final tendrá peso dos; es decir se duplicará y dividirá entre cuatro.
- 7.3. La nota final será el resultado del suma ambos promedios.
- 7.4. El medio punto solamente favorece al estudiantes en le promedio promocional final.

7.5. Los estudiantes serán inhabilitados con el 30% de inasistencias.

7.6. Los alumnos con nota final menos que 07 no podrán rendir examen de aplazados.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

SANTILLÁN Castillo, Lorenzo: Ética general.

PERLA Anaya, José. Derechos y deberes del comunicador social.

ROLDÁN, A. La conciencia, moral y razón.

MONSER, J. Ética social, política y económica.

I.23. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO (Trujillo): **Filosofía y Ética**. Pfra. Carmela Paz Huamán. (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FILOSOFÍA Y ÉTICA

CICLO III

SEMESTRE 2006-I

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL:

* Administración

* Contabilidad

* Arquitectura

* Ciencias de la Comunicación

* Derecho

* Psicología

* Educación.

* Ingeniería de Sistemas

* Ingeniería Industrial

* Ingeniería Mecánica

* Ingeniería Civil

* Obstetricia

* Nutrición.

2006

SILABO

SILABO DE FILOSOFÍA Y ÉTICA

I. DATOS GENERALES:

1.1. Escuelas Profesionales	: Administración, Ing. de Sistemas, Contabilidad, Psicología, Obstetricia, Nutrición, Ciencias de la Comunicación, Ing. Civil, Arquitectura, Derecho, Idiomas, Educación.
1.2. Área Académica	: Formación General.
1.3. Ciclo	: III
1.4. Semestre	: 2006 - I
1.5. Prerrequisito	: Admisión
1.6. Créditos	: 03
1.7. Horas semanales	: 5 (3 T - 2 P)
1.8. Duración	: Inicio: 27-03-06 Término: 22-07-06
1.9. Docentes	: Prof. Isaac Bianchi Quiñones Lic. Hernán Aquino Dionisio. Lic. Santos Orbegoso Dávila Lic. Digna Corea Zamora Mg. Luis Orbegoso Dávila Lic. Hugo Florián Orchesi Lic. Víctor Dionisio Sánchez Lic. Luis Arenas Rebaza

II. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura de "Filosofía y Ética" es un curso de carácter formativo teórico práctico, que tiene como objetivo general el ejercitar la capacidad racional de los alumnos a través de las tareas del filosofar: problematizando, analizando, formulando hipótesis, y argumentando. El contenido del curso permite al futuro profesional su desarrollo humanístico, haciendo de él una personalidad crítica y reflexiva frente a los problemas de la vida y la sociedad.

Su carácter obligatorio a todas las Escuelas de los contenidos seleccionados tanto en Filosofía como en Ética, permitirán al estudiante de pregrado desarrollar habilidades y destrezas como la crítica, el

análisis y la reflexión; así como en el razonamiento teórico de la Ética para la búsqueda de una práctica moral en la convivencia con los demás.

El marco de enseñanza de la asignatura es privilegiar un intenso diálogo e intercambio de ideas entre estudiantes y profesores bajo el clima de tolerancia y respeto por las posiciones ajenas, dispuestos a la argumentación científica en la defensa de sus ideas; así como la expresión de pensamientos coherentes y consistentes; y sobre todo, una práctica axiológica positiva.

Finalmente, busca contribuir a desarrollar el perfil del alumno de las diferentes Escuelas y especialidades contrarrestando toda imposición de ideas de carácter dogmático, teniendo como temas transversales el cultivo y práctica de valores, la forja y consolidación de una identidad nacional, el desarrollo de una actitud científica como base para el mejoramiento de su calidad de vida, determinando así su adecuado crecimiento personal y profesional.

III. COMPETENCIA

Analiza, critica y reflexiona sobre los problemas filosóficos y éticos fundamentales desde la perspectiva de diversos paradigmas, partiendo de la observación y percepción de la realidad como un medio para desarrollar personas con una sólida conciencia social y comprometidas con el proceso de construcción de una sociedad justa, libre y moral; orientada al logro de la realización plena de la persona humana.

IV. EJES CURRICULARES

- Cultura e identidad Nacional
- Investigación Científica e Innovación
- Liderazgo y Desarrollo Personal y Social

V. PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

PRIMERA UNIDAD: ASPECTOS GENERALES DE LA FILOSOFÍA

1. Capacidades

- 1.1. Conceptúa una visión panorámica de la Filosofía identificando las diversas etapas por las que ha pasado el pensamiento filosófico.
- 1.2. Identifica y explica el origen y caracteres de la Filosofía.
- 1.3. Reflexiona en torno al saber filosófico y a la naturaleza de la Filosofía.
- 1.4. Identifica y explica los distintos problemas que estudia la Filosofía a través de sus disciplinas.
- 1.5. Identifica y explica la función de la Filosofía como instrumento de interpretación y transformación de la realidad.

2. Actitudes

- 2.1. Reflexivo frente a los problemas de la Filosofía.
- 2.2. Tolerante y respetuoso frente a los argumentos y fundamentos de sus compañeros.

3. Contenidos

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
1	Origen y Desarrollo de la Filosofía Del pensamiento mítico al pensamiento racional. Filosofía en la época Antigua, Medieval, Moderna y Contemporánea. Filosofía peruana y Latinoamericana: J.C Mariategui, V.R. Haya de la Torre, V.A. Belaunde, etc.	27 – 31 de mar
2	La Filosofía y sus Disciplinas Definiciones de Filosofía: Aristóteles, Marx, Hegel, Kant, etc. Las Disciplinas Filosóficas: Gnoseología, Epistemología, Ontología, Antropología Filosófica, Axiología, Ética, Lógica	3 -8 abril

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
3	La Actitud Filosófica La actitud ordinaria, científica y filosófica. Las tareas del filósofo: problematizar, analizar, definir problemas, formular hipótesis, argumentar, criticar.	10-15 abril

Actividad: Panel Forum. “El papel de la filosofía en el desarrollo del conocimiento humano”

SEGUNDA UNIDAD: EL PROBLEMA DEL CONOCIMIENTO

1. Capacidades

- 1.1. Analiza y comprende las principales explicaciones filosóficas sobre el problema del conocimiento.
- 1.2. Argumenta coherente y consistentemente a favor o en contra de las distintas concepciones filosóficas sobre el problema del conocimiento en Filosofía.

2. Actitudes

- 2.1. Opina y sistematiza los problemas del conocimiento.
- 2.2. Flexible frente a los argumentos que presentan sus compañeros.
- 2.3. Crítico frente a los problemas del conocimiento.

3. Contenidos

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
4	El Conocimiento y su esencia Características del conocimiento. El proceso del conocimiento: elementos. Formas del conocimiento: ordinario, científico y filosófico.	17 – 22 abril

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
5	Posibilidad y origen del Conocimiento Posibilidad del conocimiento: escepticismo, dogmatismo. Origen del conocimiento: Racionalismo, empirismo, posiciones intermedias.	24 – 29 abril
6	El Criterio de Verdad La experiencia. La tradición. La autoridad. La intuición. La práctica social. El pragmatismo.	1 -6 mayo

Actividad: Elaboración de un ensayo sobre el impacto de los medios de comunicación en el fenómeno de la alienación cultural..

TERCERA UNIDAD: EL PROBLEMA DE LA CIENCIA

1. Capacidades

- 1.1. Delibera y argumenta obteniendo conclusiones sobre la naturaleza del conocimiento científico.
- 1.2. Identifica y explica las principales características del conocimiento científico.
- 1.3. Identifica y comprende la estructura de la ciencia.
- 1.4. Reconoce el valor del método científico como estrategia de la investigación.

2. Actitudes

- 2.1. Opina y sistematiza conocimientos sobre la ciencia.
- 2.2. Flexible frente a los argumentos que presentan sus compañeros.
- 2.3. Crítico frente a los problemas de la ciencia.
- 2.4. Reconoce la importancia que tiene la ciencia para la cultura actual.

3. Contenidos

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
7	La Ciencia Concepto, características y clasificación. Funciones: Descripción, Explicación. Estructura: Ley, hipótesis, categorías, teoría y dato.	8-13 mayo
8	El Método Científico y sus Paradigmas Paradigma cuantitativo positivista. Paradigma cualitativo. Integración de paradigmas.	15-20 mayo

Actividad: Organización de panel forum estudiantil. "El papel de la investigación y la actitud científica en la formación profesional".

CUARTA UNIDAD: EL PROBLEMA FILOSÓFICO DEL HOMBRE

1. Capacidades

- 1.1. Analiza y explica el desarrollo histórico de las concepciones sobre el hombre.
- 1.2. Reflexiona y argumenta lógicamente acerca de los problemas de la naturaleza, origen y esencia del hombre.

2. Actitudes

- 1.3. Reflexivo y auto reflexivo cuando investiga los aspectos de la vida humana.
- 1.4. Flexible y crítico respecto de los argumentos de los autores.
- 1.5. Analítico y crítico para asumir responsabilidades morales en la sociedad que vivimos.

3. Contenidos

Semana	Contenidos	Fechas/ Meses
9	Origen y Esencia del Hombre Evolucionismo y creacionismo. El Naturalismo: papel del trabajo y el lenguaje en el desarrollo de la conciencia. El Espiritualismo: dualidad cuerpo – alma. El Tomismo.	22-27 mayo
10	Primera Evaluación Parcial	02-08 junio
11	La Dimensiones del Hombre El alma. La mente. La conciencia. La inteligencia: emocional y racional. La voluntad.	12-16 junio

Actividad: Cine forum. La evolución de la especie humana.

QUINTA UNIDAD: AXIOLOGÍA Y ÉTICA

1. Capacidades

- 1.1. Identifica las características fundamentales de la Ética.
- 1.2. Identifica los principales valores éticos, relacionándolos con su carrera.
- 1.3. Identifica las principales corrientes filosóficas sobre la ética.
- 1.4. Debate y formula argumentos sistematizados sobre la crisis de valores que actualmente vive la sociedad.
- 1.5. Aporta y sistematiza valores para el Proyecto Nacional Peruano.
- 1.6. Señala, describiendo las particularidades de los diferentes casos de los conflictos éticos sociales.

2. Actitudes

- 2.1. Respeta y valora -enfrentando ideas- las posiciones, argumentaciones, y explicaciones sobre la Ética que pueden ser asumidas por sus compañeros.

2.2. Crítico frente a los principales problemas éticos que investiga y analiza.

3. Contenidos

Semana	Contenidos	Fechas/Meses
12	Axiología y Valores Éticos Los valores: concepto e importancia. El problema de la esencia del valor: Subjetivismo, objetivismo, social culturalismo. La jerarquía de valores. Los valores éticos	19-23 junio
13	La Valoración Moral: lo bueno como valor El bien como placer. El bien como deber ser. El bien como perfección. El bien como construcción sociocultural.	26-30 de junio
14	Fenomenología del Comportamiento Moral Elementos del acto moral. La conciencia moral. El acto ético.	03-07 de julio
15	Determinismo y Libertad Determinismo biológico, social y mítico. El libre albedrío. Libertad y responsabilidad moral.	10-14 julio
16	Segunda Evaluación Parcial	17-22 julio

VI. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

6.1. La asignatura ha de desarrollarse en el marco de la metodología activa, orientada permanentemente a desarrollar en el estudiante una actitud dialógica, crítica y reflexiva; así como el cultivo de una habilidad dialéctica y discursiva.

6.2. Actividades inherentes al profesor: clases magistrales en temas específicos que por su naturaleza requieran de este método; selección de lecturas y de textos filosóficos, comentarios y acotaciones sobre temas expuestos y discutidos. Asesoría permanente a grupos de trabajo para la elaboración y sustentación de informes.

6.3. Actividades inherentes al alumno:

- Aprendizaje activo de los temas tratados; lectura comprensiva, extracción de categorías nuevas para construir su glosario epistemológico, debates y redacción de resúmenes en el cuaderno de trabajo.
- Solución de cuestionarios y ejercicios de recapitulación del módulo de trabajo.
- Elaboración de exposiciones e informes individuales y grupales.
- Participación en paneles, forum, mesas redondas, etc.
- Visitas de estudio a centros poblados para aplicar encuestas indicadoras de las concepciones de los pobladores sobre la problemática que viven.
- Taller de resoluciones de componentes lógicos y elaboración de proposiciones y problemática lógica relacionada con su especialidad.

VII. MEDIOS Y MATERIALES

- 7.1. Módulo de aprendizaje.
- 7.2. Obras filosóficas seleccionadas.
- 7.3. Textos filosóficos seleccionados.
- 7.4. Revistas, periódicos, etc.
- 7.5. Diccionarios filosóficos.
- 7.6. Hojas impresas.
- 7.7. Videos, grabaciones, transparencias.

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación será en función del logro de las competencias. Se evaluará en forma permanente durante el proceso teniendo en cuenta los resultados del mismo en los términos de capacidades y actitudes.

En este aspecto se fomentará la autoevaluación y la coevaluación de los alumnos.

En el registro tendrán las siguientes notas:

Nota 1	Peso	Nota 2	Peso
1. Intervenciones Orales (IO)	1	1. Intervenciones Orales (IO)	1
2. Prácticas: carpetas, ensayos (P)	1	2. Prácticas: carpetas, ensayos (P)	1
3. Informes: trabajo grupal (I)	1	3. Informes: trabajo grupal (I)	1
4. Prueba escrita: ensayo (PE)	1	4. Prueba escrita: ensayo (PE)	1

$$Nota1 = \frac{IO + P + I + PE}{4}$$

$$Nota2 = \frac{IO + P + I + PE}{4}$$

$$NotaFinal = \frac{Nota1 + Nota2}{2}$$

CONDICIONES DE APROBACIÓN

- Tener una asistencia no menor al 70% (30% de inasistencias inhabilita).
- Rendir todas las evaluaciones.
- Cumplir con todos los trabajos y asignaciones programadas.
- La escala de calificación es vigesimal (de 0 a 20).
- Tener nota aprobatoria de 11 (once).
- El medio punto favorece al alumno en el promedio final. (10.5=11)
- La no presentación de trabajo, informes, etc. o a un examen equivale a cero (0).

Los alumnos para ser evaluados deben estar al día en sus pagos.

DEDIRRA, Jacques	"La Reconstrucción de las Fronteras de la Filosofía". Barcelona. Ed. Paidós. 1993
FAGOTHEY, Austin	"Ética, Teoría y Aplicación". México. Mc Graw-Hill. 1992.
FLÓREZ OCHOA, R.	"Hacia una Pedagogía del Conocimiento". Bogotá. Mc Graw Hill. 1996.
GARCÍA TUDURI, M.	"introducción a la filosofía". México. Minerva Books. 1966.
NIETZSCHE, Federico	"Genealogía de la Moral". Madrid. Ed. Alianza. 1994
PAZ, Y MIÑO CONDE, Manuel	"Filosofía de Ayer y Hoy". T I. 2da Edición. Lima. 1998
TEJEDOR CAMPOMANES, César	"Historia de la Filosofía en su Marco Cultural". McGRA W - HILL. México. 1995

IX. BIBLIOGRAFÍA

ABBAGNANO, W	"Historia de la filosofía". Edit. Montaner y Simon. Barcelona. 1984. (109-A-11)
ABUGATTAS, J BALLÓN, C	"Filósofo y Sociedad". IPA- Instituto de Pastoral Andino. Cuzco. Perú. Lima 1995.
AFANASIEV, Víctor	"Manual de Filosofía" Edic. Estudio. Buenos Aires, 1997
ALTAMIRANO, T	Exodo: Peruanos en el exterior. Lima. Edit. PUCP-1992.
BALTODANO, Víctor	"Lecciones de Filosofía Contemporánea". Trujillo. Ed. Libertad. 1996.
BOCHENSKI, I. M.	"Métodos actuales del pensamiento". Fondo de cultura económica. México. 1980.
BUNGE, Mario	"La ciencia, su método y filosofía". Edit. Siglo Veinte, Bs.As., 1972. (120-B-92)
BUNGE Mario.	"Ética y ciencia". Edit. Siglo Veinte, Bs. As. 1960. (121-B-93)
BUNGE Mario	"Epistemología". Edit. Ariel. Barcelona, 1980. (101-G-25)
BUNGE Mario	"La Investigación Científica" Edit. Bbarcelo- Ariel 1989.
CASSIRER, Ernest	"El problema del conocimiento". Edit. Fondo de cultura económica. México. 1963. (123-D-26)
CASSIRER, E.	"Antropología filosófica". F. C. E., México. 1963.
CHANG RODRIGUEZ, Enrique	"La noche cósmica. (113-GH-19)

I.24. UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO (Chiclayo): Deontología de la Comunicación. Pfra. Rosario Wong. (fecha documento: 31-7-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SILABUS

I. DATOS GENERALES:

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1.1 Carrera Profesional | : Ciencias de la Comunicación |
| 1.2 Ciclo Académico | : VI |
| 1.3 Asignatura | : Deontología de la Comunicación |
| 1.3.1 Naturaleza de la asignatura: | Formación Profesional Básica |
| 1.4 Pre – Requisito | : Ninguno |
| 1.5 Código | : SO635 |
| 1.6 Créditos | : 03 |
| 1.7 Horas | : 03 |
| Teoría | 02 |
| Práctica | 01 |
| 1.8 Responsable | : Lic. Rosario del Milagro Wong Chung |
| 1.9 Correo Electrónico | : milagros_wong@yahoo.es |
| 1.10 Horario | : Lunes 14:10 – 16:40 |

II. SUMILLA:

La asignatura “Deontología de la Comunicación” desarrolla la fundamentación teórica, nociones básicas de los valores esenciales para el ejercicio profesional con responsabilidad social, en las diferentes áreas de la Especialidad de ciencias de la Comunicación.

III. PROBLEMAS Y OBJETIVOS DEL CICLO:

- Analizar los deberes y derechos del Comunicador Social, como asimismo los códigos periodísticos y la legislación vigente sobre la práctica de la Comunicación Social.
- Fundamentar la importancia de los valores y deberes profesional del informador y Comunicador Social
- Aplicar los conocimientos adquiridos en prácticas académicas.

IV. CONTENIDO

La asignatura esta dividida en 4 unidades formativas.

- Unidad Formativa I: Introducción a la asignatura, fundamentos de valores, ética y deontología.
- Unidad Formativa II: Profesión y Responsabilidad Social del Comunicador por Especialidad.
- Unidad Formativa III: Profesionalismo desde el punto de vista legal y moral.
- Unidad Formativa IV: Deontología para periodistas, publicistas, relacionistas y productores audiovisuales.

V. PROGRAMACIÓN DE UNIDADES DIDÁCTICAS:

OCTUBRE 2006 – Unidad Formativa I:

INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA, FUNDAMENTOS DE VALORES Y ÉTICA Y DEONTOLOGÍA.

- Definiciones Básicas
 - Ética, Valores
 - Deontología y los códigos de ética profesional.
 - Moral
 - Principios
 - Actos, Hábitos
 - Costumbres
 - División de la Ética: General y Aplicada.
 - Deontología: Objetivos, Principios.
 - La Profesión: Definición, principios.
 - Profesional, oficio y ocupación: Coincidencias, diferencias.
 - Libertad de Información y Comunicación frente a los Derechos Humanos y el Escándalo Mediático.

NOVIEMBRE del 2006 – UNIDAD FORMATIVA II:

PROFESIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL COMUNICADOR POR ESPECIALIDAD.

- Planteamiento y consecuencia de ejercicio ético.

- El sensacionalismo
- El secreto profesional
- Principios Deontológicos
- Tratamiento de la Información
- Libertades y Responsabilidades de los Comunicadores Sociales.

DICIEMBRE del 2006 – UNIDAD FORMATIVA III:

PROFESIONALISMO DESDE EL PUNTO DE VISTA LEGAL Y MORAL.

- Periodismo y el Derecho a la Intimidad Personal
- La intimidad de los personajes públicos
- Relaciones Públicas y la Responsabilidad Social en la interacción e integración.
- Código internacional de Ética Periodística (UNESCO)
- Declaración Chapultepec
- Código de Ética de la Radiodifusión Peruana.
- Asociación Internacional de Radiodifusión.
- Código de Ética de Relaciones Públicas.
- Principios Deontológicos de la publicidad.
- Responsabilidad Jurídica de los medios de comunicación Ley de transparencia y acceso de información pública en el Perú.

ENERO del 2007 – UNIDAD FORMATIVA IV:

DEONTOLOGÍAS PARA PERIODISTAS PUBLICISTAS, RELACIONISTAS Y PRODUCTORES AUDIOVISUALES.

- Ética del Periodismo
- Ética Radial
- Ética Televisiva
- Ética Fotográfica.
- Ética de la Cinematografía.
- Ética de la Publicidad.
- Ética de la Propaganda Política
- Ética de la Comunicación Organizacional

VI METODOLOGÍA.

- Combinar los conocimientos teóricos impartidos por la docente con las prácticas calificadas.
- Caracterizar la participación constante de los alumnos a través de intervenciones orales, exposiciones: Prácticas calificadas, lluvia de ideas y debates.
- Criterios de clasificación de los diversos géneros periodísticos.
- Exposición, diálogo, análisis y debate por parte de la docente responsable del curso.

VII. MECANISMOS DE EVALUACIÓN:

Los instrumentos de evaluación están orientados al logro de las competencias individuales de los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudes del estudiante, de manera integral.

- El sistema vigesimal es el de calificación oficial en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Las evaluaciones son periódicas, por unidad de aprendizaje.
- Se considera como límite la acumulación del 30% de inasistencias totales por unidad, lo cual imposibilitará al estudiante para la evaluación parcial, salvo justificación de las mismas a través de las dependencias correspondientes en la EPCCOM.
- La acumulación total de 30% de inasistencias desaprobará al alumno en la asignatura.
- Todas las evaluaciones tienen exigencia de obligatorias.

Instrumentos y técnicas para evaluar el logro de las competencias.

- IC : Evalúa contenidos conceptuales
- IP : Evalúa contenidos procedimentales
- IA : Evalúa contenidos actitudinales.

BIBLIOGRAFÍA:

- BARROSO, PORFIRIO. “FUNDAMENTOS DEONTOLÓGICOS DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN” Barcelona, Edit. Mita. 1985.
- DURANDIN, GUY. “LA INFORMACIÓN, LA DESINFORMACIÓN Y LA REALIDAD”. BARCELONA, EDICIONES PAIDOS IBÉRICA, 1995.
- FERNÁNDEZ, GUIDO. “AGONÍA EN LA HORA DEL CIERRE”. MEXICO EDITORIAL TRILLAS, 1994

- GONZALES A., LUIS “VALORES ÉTICOS” EN MARQUEN ARGOTE, GERMÁN “HOMBRE LATINOAMERICANO Y SUS VALORES” EDIT NUESTRA AMERICA, BOGOTA, 1986.
 HESTER, ALBERT. “MANUAL PARA PERIODISTAS DEL TERCER MUNDO” MEXICO, EDITORIAL, TRILLAS, 1999.
 SCHMUHL, ROBERT. “LAS RESPONSABILIDADES DEL PERIODISMO” BARCELONA. EDITORIAL MITRE, 1985.
 VÁSQUEZ, ALDO. “CONFLICTO ENTRE INTIMIDAD Y LIBERTAD DE INFORMACIÓN”. LIMA UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRAS, 1998.
 WECKER, JOHN, ADENEY, DOUGLAS, “ÉTICA INFORMATICA Y DE LAS CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN”. EDIT. PRAGMA, MADRID, 2000.

I.25. UNIVERSIDAD DE PIURA: **Deontología**. Pfra. Rosa Zeta del Pozo. (fecha documento: 3-8-07)

DEONTOLOGÍA

ÁREA DE Derecho de la Información y Ética Informativa

I. Datos sobre el curso y profesor

Créditos : 3 cc
 Horario (aula 204): Martes 9-11am.
 Jueves: 11-12m
 Profesor: Dra. Rosa Zeta de Pozo
 Oficina: 216-A
 Email: rzeta@udep.edu.pe
 Horario de atención alumnos: martes y miércoles 11-12 m.
 Jueves: 4.30 - 6.30 pm.

II. Descripción del curso

El curso pretende un conocimiento del ser y el significado de la ética profesional. Y la formación del criterio ético del informador desde el sujeto profesional, el sujeto receptor, los medios de comunicación y el mensaje.

Objetivos del Curso

1. Entender lo que es la ética y la trascendencia de la misma.
2. Adquirir los criterios intelectuales para su posterior aplicación en el quehacer profesional.

III. Textos y Lecturas

BIBLIOGRAFIA

- AGUIRRE, MARISA. *El Deber de Formación en el Informador*. Pamplona: EUNSA, 1988; 426 pp.
 AZNAR, Hugo. *Ética de la <Comunicación y nuevos retos sociales >*. Paidós, 2005.
 BETTETINI, Gianfranco, Armando FUMAGALLI. *Lo que queda de los medios. . Ideas para una ética de la Comunicación*. EUNSA, Universidad de Navarra, España.2001
 BLASQUEZ, Niceto. *La Nueva Etica en los Medios de Comunicación*. Madrid. B.A.C. 2002.
 BONETE PERALES, Enrique (coordinador) .*Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*, Madrid, 1995.
BRAJNOVIC LUKA. Deontología Periodística. 1978
 CODINA, MÓNICA (ED) , *De la ética desprotegida . Ensayos sobre Deontología de la Comunicación*. EUNSA, Universidad de Navarra, España.2001.
 COSO (Fundación) *Información para la Paz . Autocrítica de los Medios y responsabilidad del Público*. 3º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la información. Valencia, 2005.
 DESANTES, JOSE MARIA *El Deber de Informar*.
 GONZALEZ BEDOYA. J. *Manual de Deontología Informativa*.
 GOODWIN, EUGENE. *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, EDICIONES GERNIKA, 1994.
 HERRÁN, MARIA TERESA, JAVIER DARÍO RESTREPO, *Ética para Periodistas, Norma , 2005*.

RESTREPO, JAVIER DARÍO. *El Zumbido y el moscardón : Taller y consultorio de Etica Periodística* . FCE. 2004.

SORIA, CARLOS *La hora de la ética informativa* . Barcelona: Mitre, 1991; 119 p. *La Crisis de la Identidad del Periodista*, Barcelona: Mitre, 1989; 141 pp. **El laberinto informativo: una salida ética**, Pamplona: EUNSA, 1997; 270 pp.

ZETA ROSA, S. HERRERA. *Ombudsman el defensor de la audiencia en medios latinoamericanos*. Piura: Universidad de Piura, 2004.

IV. Metodología

Desarrollo de los temas del programa
Lecturas seleccionadas
Análisis de casos prácticos y de películas

IV. Proyectos, casos y evaluación

TRABAJO	CANTIDAD	NOTAS	%
Examen Parcial	1	3	37.5
Examen Final	1	3	37.5
Trabajo de Investigación	2	2	25.0
Total	4	8	100

V. Responsabilidades esperadas del alumno

Asistencia al 80 % de clases. Se descontará puntos por inasistencia a clases.

Lectura del material sugerido.

Fecha	# Clase / temas	Lecturas / trabajos
	NOCIONES BÁSICAS SOBRE LA ETICA Necesidad e Importancia de la Ética Definición de la Ética El Sentido y el criterio ético del hombre La moralidad del hombre La capacidad de decisión La Conciencia como medida El sentido del deber La obligación ética La norma ética El conflicto ético	
	EL DEBER TRONCAL DE INFORMAR Deberes anteriores al Acto Informativo : 1. Deber de autoevaluar la vocación informativa 2. Cumplir requisitos legales 3. Deber de capacitación 4. Deber de no incurrir en incompatibilidades	AGUIRRE. MARISA , <i>El Deber de Formación en el Informador</i> , cap. VII.
	Deberes coetáneos al acto informativo 1. Deberes informativos - La Ética en las organizaciones informativas - La Armonización entre el derecho a la información y los demás derechos humanos - La ética de las Noticias	Alfonso Sánchez Tabernero. El comportamiento ético en las empresas de comunicación, en CODINA, Mónica (ed) , <i>De la ética desprotegida</i> . p 21-39

	<ul style="list-style-type: none"> - Las tentaciones del fotoperiodismo - La ética de los procedimientos - La información de lo público, lo privado y lo íntimo <p>2. Deberes formativos del receptor</p>	<p>Armando FUMAGALLI. La televisión como educadora del gusto y del espectador del mañana.</p> <p>Alejandro Navas . Medios de Comunicación, valores, y educación. En CODINA, Mónica (ed) , <i>De la ética desprotegida</i>.</p>
	<p>3. Deberes de realización : ser</p> <p>- La autorregulación Los Códigos Éticos de la Profesión Periodística Los Libros de Estilo Los Principios Editoriales El Ombudsman</p>	<p>Desantes José Maria. El Deber de Informar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Código Europeo - Código de la ONU - Código del Colegio de Periodistas. Perú
	<p>La información de índole distinta a la periodística</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perspectiva ética de la Información Publicitaria - Ética de las Relaciones Públicas - Tecnologías de la información y de la comunicación: retos éticos. 	<p>CODINA, Mónica (ed) , <i>De la ética desprotegida . Ensayos sobre Deontología de la Comunicación , caps. VIII, X, XI</i></p>
	<p>Deberes posteriores al acto informativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - El deber de responder - El secreto profesional - El deber de trascender 	

VI. Índice del paquete de lecturas

AGUIRRE. MARISA , <i>El Deber de Formación en el Informador</i> , cap. VII.
CODINA, Mónica (ed) , <i>De la ética desprotegida . Ensayos sobre Deontología de la Comunicación</i> . EUNSA, Universidad de Navarra, España.2001 Caps. II, VI, VIII, X , XI y XII

I.26. UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA: **Ética y Deontología Profesional**. Pfr. José Miguel Godos Curay (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACION
 DEPARTAMENTO ACADEMICO DE EDUCACION
 AREA DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA DE LA COMUNICACION

SILABO

I.- DATOS INFORMATIVOS

1.1. Curso	: Ética y Deontología Profesional
1.2. Ciclo	: VIII
1.3. Créditos	: 03
1.4. Requisito	: Antropología Filosófica.
1.5. Horas Semanales	: 3 horas: 2 Teoría y 1 Práctica
1.6. Sección	: 01
1.7. Grupo	: 06
1.8. Semestre Académico	: 2004
1.9. Facilitador	: Lic. José Miguel Godos Curay

II.- OBJETIVOS

1.- Generales:

- a) Brindar a los alumnos nociones fundamentales de ética y deontología reforzando los valores que todo comunicador social debe a la sociedad.
- b) Proporcionar a los estudiantes una visión panorámica sobre la evolución de las corrientes de pensamiento que abordan el tema ético en la cultura occidental cristiana.
- c) Fomentar una lectura crítica de textos vinculados a la ética individual y ética social, axiología y el desarrollo social.
- d) Conocimiento de los Códigos Éticos y Deontológicos que orientan las actividades de los informadores.

2.- Específicos:

- a) Facilitar a los estudiantes criterios razonables para el discernimiento y solución de los conflictos éticos que se presentan en el cotidiano ejercicio de la actividad profesional del informador.
- b) Proponer un Código de Ética y sus conexiones con la axiología.
- c) Crear climas de confianza para el diálogo abierto y discusión sobre casos específicos de lesión a la ética en el entorno local, nacional, internacional.
- d) Despertar en los alumnos actitudes pro activas en torno a la equidad de género, tolerancia social y lucha contra todas las formas de exclusión.

III.- METODOLOGIA

- Exposiciones con participación activa de los alumnos.
- Discusión y solución de casos.
- Trabajos grupales, exposiciones y talleres.
- Controles de lectura a través de separatas y/o notas técnicas.

IV.- CONTENIDOS

I Unidad.- Definición de la Ética.- Objeto de la ética: Distinción entre actos del hombre y actos humanos.- Definición de acto humano.- División del acto humano: lícito, ilícito, indiferente.- Objetos materia: actos voluntarios.- Objeto formal: rectitud moral.- Bondad ontológica, útil y de agrado.

II Unidad.- La libertad humana.- El Sentido de la libertad.- La libertad y el deber.- La conciencia.- División de la conciencia: Por razón del objeto (verdaderas o falsa) y por el modo de juzgar(recta o errónea)-. Los fines de la voluntad.- La felicidad humana.- La Ley Natural.- El acto humano: Entendimiento y voluntad.-

III Unidad.- El Bien y el mal.- El bien moral fundamentos ontológicos.- Mal físico y mal moral.- Bondad y malicia de los actos humanos.- La naturaleza de las virtudes.- El bien común fin de la sociedad.- La familia y el Estado.-...

IV Unidad.- Los valores.- Tipos de valores.- Polaridad de los valores.- Dimensiones de los valores: Cualidad, rango y materia.- Crisis Ética.- Criterio y obligación ética.- Sentido del deber.- La deontología periodística.- Virtudes del periodista.- Sensacionalismo.- Secreto profesional.- Lesiones a la ética.-

V Unidad.- La verdad, la justicia y la libertad.- Verdad y evidencia.- La justicia y la vida comunitaria.- La libertad de expresión.- Responsabilidad del comunicador social.- Responsabilidades del periodista.- Ética y Publicidad.- El tratamiento informativo de la noticia.- La manipulación informativa.- Conflictos de la empresa informativa.- La objetividad como un valor de la noticia.- El interés periodístico y los intereses económicos.- Línea editorial e interés público.-

VI Unidad.- Los formatos periodísticos y el manejo ético de la información.- Noticia, entrevista, reportaje. Los géneros de opinión.- La publicidad.- La naturaleza de los medios de comunicación social.- El publrreportaje.- Encuestas.-

VII Unidad.- Las obligaciones éticas del periodista.- Valoración de las fuentes informativas.- Contribución del periodismo al desarrollo de la sociedad.- Las asociaciones de los periodistas.- Código Ético.- La formación de los periodistas.- Preparación intelectual y disposición humana para la mejora de la calidad informativa.-

VIII Unidad.- La credibilidad de los medios de comunicación social.- Corrupción y universo mediático.- Poder económico, poder político y medios de comunicación social.-La imagocracia y la experiencia peruana.- Rol

de la empresa informativa.- La manipulación política: prensa y terrorismo internacional.- La violencia en los contenidos de la prensa internacional.-

V.- EVALUACIÓN

1.- Asistencia.-

La asistencia a clases es obligatoria. El alumno que incurra en por lo menos el 70 por ciento de faltas queda automáticamente retirado de la asignatura.

No habrá exámenes de rezagados, excepto los casos debidamente justificados y comprobados fehacientemente con la documentación respectiva. Para esta única excepción, el trámite lo realizará el alumno en las instancias correspondientes de la facultad conforme al Reglamento Académico.

2.- Prácticas y controles de lectura. Tendrán la misma equivalencia y se les asignará el 20 % de peso ponderado para su promedio final.

3.- Trabajos encargados. Pueden ser grupales o individuales. Tendrán una equivalencia del 20 %

4.- Examen Parcial. Se tomará a mitad de ciclo y equivale al 30 %

5.- Examen Final. Tendrán un peso ponderado del 30 %.

VI.- BIBLIOGRAFÍA.-

BALMES Jaime, **El Criterio**, Ediciones Ibéricas, 1959.

BRAJNOVIC Luka, **Deontología Periodística**, Ediciones Universidad de Navarra S.A, Pamplona 1969

CHOMSKY Noam, **Piratas y Emperadores, Terrorismo Internacional en el mundo de hoy**, Ediciones N, Barcelona, 2003.

FAIRLIE FUENTES, Enrique, **periodismo fin y periodismo medio**, Lima, 1970.

GARCIA MORENTE Manuel, **Lecciones Preliminares de Filosofía**, Editorial Losada, Buenos Aires, 1972.

GAMBRA CIUDAD Rafael, **Historia sencilla de la Filosofía**, Editorial Rialp, Madrid, 1981.

IKEDA Daisaku, **El Humanismo del Camino Medio, La aurora de una civilización global**.- The Sokka Gakkai, 2002.

LLANO Alejandro, **GNOSEOLOGIA**, Ediciones de la Universidad de Navarra, S, A, Pamplona 1984.

MORALES GODO Juan, **El Derecho a la vida privada y el conflicto con libertad de información**, Editora y Distribuidora Jurídica, Lima 1995.

PONCE DE LEON J. M. **Curso de Filosofía**, Vol. III Metafísica General u ontología, Buenos Aires, 1949.

RODRÍGUEZ LUÑO Angel, **Ética**, Libros de Iniciación Filosófica, Ediciones Universidad de Navarra, S.A, Pamplona 1989.

SADA FERNANDEZ Ricardo MONROY CAMPERO Alfonso, **Curso de Teología Moral**, Editorial Minos, S. A, México 1993.

SANZ ELGUERA Julio César, **Argumentos morales y argumentos éticos**, Fondo Editorial Banco Central de Reserva del Perú, 1998.

SAVATER Fernando, **Ética para Amador**, Editorial Ariel, SA, 1992.

SAVATER Fernando, **El valor de Educar**, Editorial Ariel, SA, 1997.

SAVATER Fernando, **El Contenido de la Felicidad**, Editorial Taurus, Madrid 1996.

SONTAG Susan, **Ante el dolor de los demás**, Editorial Alfaguara, Madrid, 2003.

I.27. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO (Puno): **Deontología y Ética**. Pfr. Javier Apaza (fecha documento: 3-8-07)

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SILABO

I.- IDENTIFICACIÓN ACADÉMICA

1.1.ASIGNATURA

1.- Nombre

: Deontología y Ética.

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 2.- Prerrequisito | : Ninguno. |
| 3.- Código | : COM – 311 |
| 4.- N° de horas | : T:2 ; P: 2 = 04 |
| 5.- Créditos | : 03 |
| 6.- Año Académico | : 2006 - II |
| 7.- Semestre Académico | : X |
| 8.- Área Curricular | : Formación general. |
| 9.- Condición | : Obligatorio. |
| 10.- Sección | : Única |
| 11.- Grupo | : Único |
| 12.- Año calendario | : Marzo 2007 - I |
-
- | | | |
|-----|----------------------------|--|
| 1.1 | DOCENTE | |
| | 1.- Nombre y Apellidos | : Dr. Javier Apaza Quispe. Mg. César Del Carpio Flores |
| | 2.-Condición | : Nombrado |
| | 3.- Categoría | : Asociado |
| | 4.- Especialidad | : Comunicación. |
| | 5.- Departamento Académico | : Ciencias de la Comunicación Social |
-
- | | | |
|-----|-------------------------|-------|
| 1.2 | AMBIENTE DE APRENDIZAJE | |
| | 1.- Aula | : 110 |

II.- CONTENIDOS TRANSVERSALES

Son campos conceptuales que deben hallarse presentes necesariamente a lo largo de toda la formación universitaria, es decir, aquellos que están en relación a los problemas y necesidades sociales de interés en una coyuntura dada de donde surgen estos en gran dimensión que afectan actualmente a la sociedad peruana y la región, demandando por ello de una atención prioritaria con la acción educativa. Frente a esto hay que tener en cuenta los siguientes contenidos transversales:

- 1.- Educación en la población : para tratar de elevar los niveles de calidad de vida y salir del subdesarrollo.
- 2.- Formación ética y compromiso social: que los estudiantes se forjen con una sólida formación ética , con valores que estén comprometidos con el desarrollo y el cambio de la sociedad dejando de lado el individualismo y la indiferencia social.
- 3.- Cultura andina e integración regional : se debe fomentar en el estudiante a revalorar su identidad y al desarrollo de su autoestima, especialmente a valorar su lengua materna y su cultura , tratando de aperturar nuevos espacios económicos, sociales y políticos y estar inmersos en el contexto de la globalización y regionalización.
- 4.- Desarrollo humano y medio ambiente: se debe tener interés en los diversos problemas ambientales, como son el efecto invernadero, el deterioro de la capa de ozono y el peligro que se tiene en que se dañe la gran riqueza natural con que se cuenta.
- 5.- Desarrollo de una cultura de comunicación e información: tener el acceso a las diferentes redes de información moderna y que su consulta tenga un efecto positivo.
- 6.-Democracia y ciudadanía: tener una democracia participativa en los diferentes contextos de modo coherente respetando el estado de derecho.

III.- FUNDAMENTACIÓN

El presente curso debe ser como una estimulación hacia el estudiante , para que llegue a afrontar responsablemente los problemas y las posibles soluciones de los mismos, asimismo disciplinarse en su afrontamiento con una actitud crítica e inquisitiva. En tal sentido se aplicaran procedimientos concretos en los cuales se tendrán que trazar líneas generales, la información necesaria y suscitar el estudio personal en el mayor grado posible ya sea individual o grupal para una mejor comprensión de lo que significa la Ética y la Deontología dentro del aspecto moral.

IV.- COMPETENCIA N° 1

Analiza y explica los aspectos de la Ética y Deontología desde su filosofía, las doctrinas hasta llegar al aspecto profesional de los medios de comunicación y el periodismo asumiendo una actitud reflexiva y crítica, conociendo los diferentes códigos de ética de los colegios profesionales.

V.- PROGRAMACIÓN DE LA ASIGNATURA

CAPACIDAD Nº 1

Analiza, optimiza los conocimientos filosóficos y doctrinarios pensamiento Ético y Deontológico.

- 1.- Unidad programática : Primera.
 a) Total de horas de la unidad : 20 hrs.
 b) Tiempo de desarrollo : 05 de marzo al 06 de abril – 2007 -I
 c) Competencia : Primera.
 d) Capacidad : Primera.

UNIDAD I : EL PENSAMIENTO FILOSÓFICO Y DOCTRINARIO

PROCEDIMENTAL	CONCEPTUAL	INDICADORES DE LOGRO	ACTITUDES	INDICADORES DE ACTITUD	Hrs.
Conoce los principales pensamientos doctrinarios y filosóficos.	1.- Ética y Filosofía: carácter, origen, nociones y esencia de la filosofía. Disciplinas filosóficas. División de la filosofía. 2.-Doctrinas éticas fundamentales: A) Ética griega: los Sofistas, Sócrates, Cínicos, cirenaicos, Platón, Aristóteles, Epicúrea, Estoica, periodo helenístico-romano.. B) Ética cristiana: San Agustín, Santo Tomas de Aquino. C) Ética moderna: formalismo kantiano D) Ética contemporánea: existencialista, anarquista, pragmatista, marxista, neopositivismo, etc. E) Doctrinas éticas fundamentales: ética de la liberación. 6.- Lecturas y exposición.	- Analiza y comenta sobre las distintas doctrinas y la filosofía. - Expone con criterio los diferentes temas asignados.	-Sentido analítico y crítico. Responsabilidad Debate Participación Trabajo en equipo	-Muestra interés. - Colabora - Puntualidad en la entrega de trabajos Predisposición para el debate.	6 14

CAPACIDAD Nº 2

Conoce, comprende, analiza los conceptos básicos de la ética y la deontología profesional del comunicador social y periodísticas.

- 1.- Unidad Programática : Segunda
 a) Total de Horas de la Unidad : 20
 b) Tiempo de desarrollo : 09 de abril al 11 de mayo-2007 - I
 c) Competencia : Primera
 d) Capacidad : Segunda

UNIDAD II : LA ÉTICA Y LA DEONTOLOGÍA

PROCEDIMENTAL	CONCEPTUAL	INDICADORES DE LOGRO	ACTITUDES	INDICADORES DE ACTITUD	Hrs.
Conoce y analiza los conceptos básicos de la ética y la deontología.	1.- Concepto, definición de la ética y sus características generales. 2.- Concepto, definición de la deontología y la moral. 3.- Teorías deontológicas.	Analiza, compara, comenta sobre las bases éticas y deontológicas.	Responsabilidad Debate Participación Trabajo en equipo.	Manifiesta interés y demuestra dominio de los temas. Demuestra	3 3 3

	4.- Relaciones y diferencias entre ética y moral.			seguridad en la exposición de los temas.	3
	5.- Problemas capitales de la ética y la teoría de los valores.			Puntualidad y responsabilidad en la presentación de trabajos.	3
	6.- La ética periodística y de la comunicación.				3
	7.- lecturas y exposiciones				2

CAPACIDAD N°3

Conoce, analiza y comprende los diferentes códigos de ética profesionales.

- 1.- Unidad programática : Tercera.
 a) Total de horas de la unidad : 20
 b) Tiempo de Desarrollo : 14 de mayo al 15 de junio- 2007 - I
 c) competencia : Primera.
 d) Capacidad : Tercera.

UNIDAD III: LOS CÓDIGOS DE ÉTICA

PROCEDIMENTAL	CONCEPTUAL	INDICADORES DE LOGRO	ACTITUDES	INDICADORES DE ACTITUD	Hrs
Conoce y analiza los códigos de ética profesionales del Perú.	1.- Los códigos de ética de los colegios profesionales: Periodistas, Relaciones publicas, médicos, enfermeros, nutricionistas, sociólogos, antropólogos, etc.	Comprende y comenta sobre los distintos códigos de ética.	Creatividad Criterio Responsabilidad Identidad Participación y trabajo en equipo. Objetividad.	Seguridad y responsabilidad en la presentación de trabajos. Responsabilidad Exposiciones Puntualidad.	20

VI.-ESTRATEGIAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS DIDÁCTICAS.**A) ESTRATEGIAS :**

- Se realizarán sesiones de aprendizaje con clases teóricas y practicas con la participación interactiva del estudiante tanto en forma individual y grupal.

B) METODOS :

- Se utilizaran métodos analíticos, de síntesis, demostrativos y participativos.

C) TÉCNICAS :

- Dinámica de grupos.
- Mapas mentales y conceptuales como organizadores visuales de la información.
- Exposiciones orales individuales y grupales.
- Ayudas audiovisuales.

VII.- MEDIOS MATERIALES**A) Auditivos:**

- De acceso personal : Voz humana.

B) Visuales

- Estáticas : Pizarra, textos, guías de estudio, separatas, slides.
- Movimiento : VHS, CD, Disquetes.

C) Audiovisuales

- Directo : VHS, DVD, CD, Disquetes.
- Indirecto : video conferencias y otros.

VIII.- EVALUACIÓN

- A) Propósito :
- Lograr las competencias y capacidades propuestas.
 - Solidaridad, respeto y socialización de conocimientos.
- B) Temporalidad :
- Evaluación permanente , exámenes previamente fijados y entrega de trabajos en los plazos establecidos.
 - Control de asistencia .
- C) Procedimientos:
- Pruebas escritas parciales.
 - Exámenes orales.
 - Intervenciones orales.
 - Trabajos individuales
 - Trabajos grupales.
 - Exposiciones individuales.
 - Exposiciones grupales.
 - Asistencia a clases (80% para ser admitido a notas finales)
- D) Calificación:
- Según formula: $PF = 0,9 (CAP) + ACT$.
 PF= Promedio Final.
 Cap= Promedio de capacidades.
 Act= Promedio de actitudes.
 - Escala : de 0 a 20 puntos.
- E) Criterios de aprobación :
- Cumplir con las siguientes actitudes: responsabilidad, creatividad, puntualidad, participación, trabajo en equipo, honestidad.
 - Creatividad e innovación.
 - Calidad en los trabajos en contenido y presentación.
 - Dominio de los temas en las exposiciones.
 - Comportamiento y conducta estudiantil.
 - Responsabilidad y disciplina.
 - Cuidado y protección de los bienes de la carrera.
 - Participación activa.
 - Capacidad de liderazgo y debate.
 - Asimilación a las críticas y sugerencias.
 - Puntualidad y asistencia a clases teóricas en un 80%
 - Exámenes escritos.

IX.- BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- 1.- Aranguren José Luis – Ética y Política – Ed. Biblioteca Nueva – 1996 – Madrid
- 2.- Barroso Asenjo Porfirio – Fundamentos Deontológico de las Ciencias de la Información
Ed. Mitre – Barcelona.
- 3.- Blackburn Pierre – La Ética: Fundamentos y problemáticas contemporáneas - Ed.
Fondo de Cultura Económica – 2006 – México.
- 4.- Escobar – Ética – Ed. Mc Graw Hill – 1990 –
- 5.- Lambeth Edmund – Periodismo Comprometido – Ed. Limusa – México- 1992.
- 6.- Lopera Alfonso – Ética del Periodismo y la Comunicación – Ed. Universidad de
Antioquia – Colombia – 1990.
- 7.- Regal Alberti – Ética General – Ed. Universidad de Lima – 1993 – Lima.
- 8.- Perla Anaya José – Deontología en la Comunicación: ética del comunicador social en el
Perú – Universidad de Lima (lecturas para exposición)

II. SYLLABUS DE ECUADOR

II.1. UNIVERSIDAD DEL AZUAY (Cuenca): **Ética y Legislación de la Comunicación**. Pfr. Jorge Piedra. (Fecha documento: 23-2-2007)

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CUARTO CICLO

PLANIFICACION SEMESTRAL MARZO-JULIO 2006

COM0313 ETICA Y LEGISLACION DE LA COMUNICACIÓN – 5 HORAS SEMANA

PROFESOR : DR. JORGE PIEDRA CARDOSO

1. OBJETIVOS

2.1.- General: Encaminar a los futuros profesionales a la práctica de una buena comunicación social basada en la defensa de la verdad, la justicia y la libertad.

2.2.- Específicos:

2.2.1.-Apropiación de los contenidos deontológico de la práctica profesional de la comunicación social.

2.2.2.- Conocimiento de todas las leyes relacionadas con la comunicación social en el Ecuador.

2. CONTENIDO DE LA MATERIA

2.1. - CONSIDERACIONES PRELIMINARES

La Etica: Su concepto.- Etica y Moral.- El criterio ético del hombre.- Los valores.- La crisis de los valores éticos del hombre.- La Etica profesional.- La deontología periodística: campo de acción: la sociedad, los periodistas los medios y los formatos periodísticos.- Las virtudes periodísticas.

2.2.- EL PERIODISTA Y SU PROFESION

El Periodismo al servicio de la sociedad.- La preparación del periodista.- El Sensacionalismo.- El Secreto Profesional: facetas.- La honestidad del periodista.- La competencia profesional.

2.3.- LA LIBERTAD DE EXPRESION

Noción de libertad.- Relación histórica de las libertades.- Carta de la ONU sobre los Derechos Humanos.- La Declaración de la OEA.- Elementos de la libertad de expresión.- Limitaciones de la libertad de expresión.- Reglamentación de la libertad de expresión: Régimen preventivo y régimen preventivo.- Restricciones al derecho a la libertad de expresión: el derecho ajeno, el derecho a la vida, la moral social, la seguridad nacional, la paz social y la convivencia internacional.- La libertad de expresión y los medios de comunicación comerciales.

2.4.- INTRODUCCION AL DERECHO

Nociones y conceptos de Derecho, Justicia y Ley.- derecho Público y Derecho Privado: clasificación.- El Constitucionalismo.- La Constitución.- La Pirámide de Kelsen.- La Constitución ecuatoriana y sus reformas relacionadas a la comunicación: libertad de información, habeas data, cláusula de la conciencia y otras.

2.5.- HONOR Y HONRA

Introducción.- Concepto de honor.- la honra como efecto del honor.- Protección jurídica del honor y la honra.- Formulación del derecho a la honra.- Derecho a la intimidad.- Relaciones entre los derechos a la información y a la honra.- El problema de las formulaciones internacionales.- Panorama de las relaciones.- La *Exceptio Veritatis*.- El Derecho a la verdad y al secreto profesional.

2.6.- LOS DELITOS COMETIDOS A TRAVES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La injuria.- Formas.- La calumnia.- La injuria propiamente dicha.- La difamación.- La injuria contra autoridad pública.- La norma constitucional.- Análisis de las normas del Código Penal y del Código de Procedimiento Penal.- Otros delitos que se cometen a través de los medios de comunicación.

2.7.- LEYES, CODIGOS, REGLAMENTOS Y ORDENANZAS

La Ley de Seguridad Nacional.- El ejercicio profesional del periodista.- La Ley de Defensa Profesional del Periodista Ecuatoriano: nuevo escalafón profesional.- Los códigos de ética nacionales: del periodista ecuatoriano, de la Asociación de Canales de Televisión (ACTVE), de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER) y otros.

2.8. - LA LEY REFORMATORIA DE RADIODIFUSION Y TELEVISION

Noción histórica y análisis de las principales normas relacionadas con la comunicación social.- Sus reglamentos.- El Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL).

2.9. – LA LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

La necesidad de transparentar la información pública.- Obligaciones de las instituciones.- Sanciones.- Reglamento.

2.10.- LA PUBLICIDAD Y SU REGULACIÓN

La ley de Defensa del Consumidor: clasificación de la publicidad y sus obligaciones frente al consumidor. Ordenanzas municipales sobre publicidad externa.

4 – METODOLOGÍA DE TRABAJO

Se plantearán prácticas de investigación, comparación y análisis de contenidos; la capacidad de recrear y reorientar los contenidos; práctica de inventiva, basada en el incentivo; práctica investigativa de prospección, entre otras.

5 - EVALUACIÓN

- Lecciones orales diarias
- Prueba escrita sobre la ética profesional
- Control de comprensión de la película “Natural Born Killers”
- Prueba escrita sobre Introducción al Derecho
- Control de comprensión de la película “Ciudadano Kane”
- Control de comprensión de la película “Quiz Show”
- Prueba escrita sobre los delitos cometidos a través de los medios de comunicación.
- Control de comprensión de la película “Fahrenheit 911”
- Prueba escrita sobre las leyes y reglamentos de la comunicación social
- Control de comprensión de la película “El Cuarto Poder”
- Diez puntos serán calificados sobre la base de las lecciones diarias, participación y asistencia del estudiante, durante el ciclo lectivo.

6 - BIBLIOGRAFÍA

6.1. - LIBROS

- Agejas, José Ángel y Francisco José Serrano (2002), Ética de la Comunicación y de la Información. Editorial Ariel, Barcelona.
- Araujo M. Cremilda (1989), El Rol del Periodista. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Aznar, Hugo (1999), Comunicación Responsable. Deontología y Autorregulación de los medios. Editorial Ariel S.A. Barcelona.
- Borja Cevallos, Rodrigo (s/f), Derecho Político y Constitucional. Tomos I y II (sin datos de la editorial).
- Brajnovik, Luka (1969), Deontología periodística. Ediciones Universidad de Navarra S.A., Pamplona, España.
- Goodwin, H. Eugene (1994), Por Un Periodismo Independiente. Cómo Defender La Ética. TM ediciones, Bogotá, primera edición en castellano.
- Hernández, José (2004), Periodismo: ¿oficio imposible? Editorial Quipus, CIESPAL. Quito.
- Herrán, María Teresa y Javier Dario Restrepo (2005), Ética para periodistas. Editorial Norma, Colombia.
- Kapuscinski, Ryszard (2002), Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre buen periodismo. Editorial Anagrama, Barcelona.
- Kapuscinski, Ryszard (2003), Un día más con vida. Editorial Anagrama, Barcelona.
- Larrea Benalcázar, Lincoln (1983), Etica y Colegiación del Periodista. Colegio de Periodistas de Pichincha. Ediciones Culturales UNP S.A., Quito.
- Lovato, Juan Isaac (1961), Reflexiones Sobre La Libertad de Expresión. Editorial Universitaria, Quito.
- Soria, Carlos (1981) Derecho A La Información y Derecho A La Honra. Editorial ATE, Barcelona, España,
- Varios autores (2002) Cómo Hacer Periodismo. Editorial Aguilar. Bogotá’.

6.2. - LEYES, REGLAMENTOS, CODIGOS DE ETICA Y DECLARACIONES

- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Constituciones de la República del Ecuador.
- Código Civil Ecuatoriano.
- Código Penal Ecuatoriano.
- Código de Procedimiento Penal Ecuatoriano.
- Ley Reformativa de Radiodifusión y Televisión y sus reglamentos.
- Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano.
- Ley de Escalafón del Periodista Ecuatoriano.
- Ley de Defensa del Consumidor.
- Ley de Seguridad Nacional.
- Ley de Defensa del Consumidor.
- Código de Ética del Periodista Ecuatoriano.
- Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador (ACTVE).
- Código de Ética de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER).
- Ordenanzas municipales acerca de publicidad.

6.3. - INVESTIGACIONES

- Durán V. Ramiro & Piedra C. Jorge (1996), Los Delitos Cometidos A Través De Los Medios de Comunicación Social Con Énfasis En La Injuria. Tesis de grado, Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad del Azuay, Cuenca.

II.2. UNIVERSIDAD DE CUENCA (Cuenca): **Principios, Valores y Ética de la Comunicación.** Pfr. Bolívar Ávila.
(Fecha documento: 17-4-08)

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

PROGRAMA ACADÉMICO DE LA ASIGNATURA PRINCIPIOS, VALORES Y ETICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO: SEGUNDO, Paralelos: A y B

PERIODO: Marzo del 2007 – Julio del 2007

PROFESOR: Dr. Bolívar Ávila Solano

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento moral del ser humano es una necesidad imperiosa. La ética surgiendo desde la Filosofía y nutriéndose de ella avanza entrelazada con variadas disciplinas como la sociología, la psicología, la educación, el derecho, hacia la propuesta de novísimas teorías y doctrinas que incluso se encuentran imbricadas en la religión y en la espiritualidad pero que se expresan en las actitudes y comportamientos diarios como en las relaciones sociales laborales, familiares y humanas. En el caso de la comunicación, la teoría y práctica de la comunicación constituyen una guía para el camino profesional, tan lleno de desvíos, riesgos y peligros en el contacto con el poder, el dinero o en el uso sin control de la palabra o la imagen.

El ejercicio de los derechos, deberes y responsabilidades en la práctica del periodismo y la comunicación son diarios. El punto de partida: saber que no habrá mejor estudio de los principios y valores éticos y morales que una conciencia clara y una práctica ejemplar en nuestra vida.

La ética , en este sentido puede ser entendida como el arte de construir nuestro propia vida.

OBJETIVOS GENERALES

- Lograr un ejercicio profesional del periodismo y la comunicación en forma ética y regidos por principios y valores morales.

- Iniciarnos en el estudio y el debate de los problemas éticos del periodismo y la comunicación.
- Motivar en el estudiante un deseo de superación personal y profesional.
- Promover en la sociedad el desarrollo de una cultura consciente de principios éticos y valores humanos.
- Lograr que los estudiantes puedan incorporar el conocimiento de los principios y valores éticos en el diseño y desarrollo de su trabajo de graduación y en su práctica profesional.

UNIDADES TEMÁTICAS

PRIMERA UNIDAD :Los conceptos fundamentales de la Ética.

JUSTIFICACIÓN:

Es necesario conocer la importancia que tiene la ética para la vida del ser humano. Ante el crecimiento de la violencia, la corrupción, el peligro de la contaminación ambiental, la pobreza y otros problemas de la sociedad ha surgido un enorme movimiento a favor de la renovación de los principios y valores éticos.

OBJETIVOS DE LA UNIDAD:

Los estudiantes podrán conocer, apreciar y valorar los conceptos básicos de la Ética, de enseñanzas y técnicas para construir su vida en forma superior.

Producir verdaderos cambios hacia actitudes responsables, sensibles, conscientes y libres.

RESUMEN DEL CONTENIDO

1.1 Conceptos fundamentales. Etimología. La Ética y la Moral.

1.2 Objeto de la Ética.

1.3 Características de la Ética.

1.4 El perfeccionamiento moral e integral del ser humano.

1.5 Ética moralista y Ética esencial. Su complementariedad.

1.6 La ética como el arte de vivir.

METODOLOGÍA:

Se ofrecerán orientaciones teóricas a través de los textos preparados y se experimentará a través de los grupos de encuentro.

TALLER: “Nuestra identidad, nuestras normas y costumbres, nuestro ser integral”

SEGUNDA UNIDAD: LA NATURALEZA ESENCIAL DEL SER HUMANO

JUSTIFICACIÓN:

Es necesario partir desde la constitución del ser humano, sus capacidades, sus potencialidades para intentar estados de autoestima y transformación.

PROPÓSITO

El conocimiento de nuestro ser integral nos permitirá observarnos capaces de ser creativos y encontrar soluciones a nuestros problemas. “Conócete a ti mismo”

OBJETIVO DE LA UNIDAD:

Los estudiantes podrán reconocer su verdadera identidad como unidad integral de cuerpo mente y espíritu.

CONTENIDOS

2.1 La naturaleza integral del ser humano: el ser interior y su personalidad. La esencia espiritual del ser humano.

2.2 Materia y Energía. Leyes de la energía. Clases. Usos.

2.3 La energía del pensamiento.

2.4 Estructura y función del cuerpo-mente.

METODOLOGÍA

Se ofrecerán orientaciones teóricas a través de los textos preparados y se experimentará a través de los grupos de encuentro.

TALLER: Los ojos, la ventana del alma.

¿Quién Eres tú?

UNIDAD # 3: PRINCIPIOS DE ÉTICA

ACTITUDES BÁSICAS PARA FOMENTAR EL DESARROLLO PERSONAL EN LAS RELACIONES HUMANAS

JUSTIFICACIÓN

No hemos dado el suficiente cuidado al tema de cómo funciona realmente nuestra vida. Reflexionar sobre los principios que modelan nuestra vida constituye una necesidad permanente.

PROPÓSITO

Conocer y adoptar estas herramientas de la conciencia para mejorar nuestra calidad de vida.

OBJETIVOS DE LA UNIDAD: Los estudiantes podrán conocer y practicar los valores y cualidades de vida aquí estudiados.

RESUMEN DEL CONTENIDO

- 3.1 El aprecio positivo incondicional
- 3.2 Congruencia y autenticidad.
- 3.3 Empatía.
- 3.4 Atención y escucha

3.5 El principio de responsabilidad.

Taller: El amor incondicional

UNIDAD No 4:

VALORES HUMANOS FUNDAMENTALES Y ÉTICA EN EL PERIODISMO.**4.1 La Unidad esencial del ser humano****4.2 La libertad****4.3 La verdad****4.4 la Responsabilidad de las palabras.**

CASOS DE ESTUDIO:

- Libertad y Responsabilidad.
- Exactitud e imparcialidad.
- Independencia
- Otros casos de estudio: la propiedad, el poder del dinero, el conflicto de intereses.

TALLER: La Ética Periodística: El Nuevo Debate.

Exhibición del Video: La Ética Periodística.

METODOLOGÍA

Se ofrecerán orientaciones teóricas a través de los textos preparados.

Se realizarán lecturas de los textos, debates, exposición de experiencias.

Se experimentará a través de los grupos de encuentro.

TALLER: Ejercicio: Lo que más importa en mi vida.

UNIDAD No 5 : EL CODIGO DE ETICA DEL PERIODISTA ECUATORIANO**CONTENIDO**

- 6.1 El periodista y la comunidad.
- 6.2 El periodista y el Estado.
- 6.3 El periodista y su organización.
- 6.4 El periodista y el ejercicio profesional.
- 6.5 El periodista y la Empresa.

TALLER: HACIA UN NUEVO CODIGO DE ETICA DEL PERIODISTA ECUATORIANO

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE TRABAJO

En las unidades de Ética se utilizarán : el método participativo y vivencial y en las unidades jurídicas el método analítico sintético y, en ambos, las siguientes técnicas didácticas:

Textos de lectura y reflexión sobre el tema.

La observación y análisis de trabajos periodísticos actuales.

El debate y confrontación sobre problemas teóricos y prácticos específicos.

El vídeo y el manual para el vídeo: ETICA PERIODISTICA. EL NUEVO DEBATE.

La aplicación de los principios en la práctica profesional del periodismo.

Ejemplos vivos en la lucha contra la corrupción o en la práctica de valores en el uso de la palabra o la imagen.

EVALUACIÓN

Se establecerá un sistema de trabajos calificados de refuerzo y participación en el desarrollo experimental de los temas éticos.

Se valorará el trabajo, las capacidades y procesos cognoscitivos y destrezas y competencias adquiridas en el proceso de enseñanza aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA

- Villegas: Ética y Moral. Tomos II, III Editorial Bruño
 Sanatana Dharma: La ciencia ética hoy. Editorial Central Indú. College de Benares.
 Garcés Fabián : Ética en la Comunicación. Ed. Cronos. UNP 1993
 Weil Pierre: La nueva Ética. Serie Pluriminos. ABYA YALA. 1999
 Herrera Dalton: Ética y Derechos Humanos. Talleres UTPL
 Olmedo Francisco: Y seréis como hombres. Universidad de Cuenca. 1988
 Código de ética del Periodista ecuatoriano
 Códigos de Ética de los periodistas. Cuadernos de Chasqui. Ciespal. 1990
 Ley de Ejercicio Profesional del Periodista Ecuatoriano.
 Periodismo, Ética, Responsabilidad y Paz. Reflexiones para periodistas. Ediciones Uniboyacá. Colombia 2002.
 Dilts Robert. Liderazgo Creativo. Ediciones Urano. Barcelona 1996
 De Mello Anthony Caminar sobre las aguas. Ediciones Paulinas. Sao Paulo .1992
 Capra Frithof. El Tao de la Física. Luis Cárcamo Editor. Madrid 1992
 Chopra Deepak. Las Siete Leyes Espirituales del Éxito. Grupo Editorial Norma.
 González Juliana. El poder de Eros. México. Edición 2000
 Naranjo Claudio: Las vieja y novísima Gestalt. Editorial cuatro vientos. Santiago 1990
 Thakar Vimala. La Urgencia por la Libertad. Ed. Kier Buenos Aires 1998
 Kriegel Robert. Si no está roto, rómpalo. Grupo Editorial Norma. Colombia. 1993
 Marquier Annie El poder de Elegir. Ediciones Luciérnaga. Barcelona 1996
 Vallés Carlos. Mis amigos los sentidos. Editorial Sal Térrea. 1996
 Rogers Carl. El Poder de la Persona.
 Krisnamurti: El Ser Humano. La Libertad. Ed. Kier. Buenos Aires.

Bolívar Ávila Solano
 PROFESOR

II.3. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA (Cuenca): **Ética Periodística**. Pfras. Sandra Ochoa Naula y Ana Luisa Guijarro. (Fecha documento: 14-11-2007)

ASIGNATURA: ETICA PERIODISTICA

SUMARIO 1

TERMINOS: AXIOLOGIA Y ETICA

1. **Conceptos**
2. **Entre lo objetivo y los subjetivo**
3. **La ética y la moral**
4. **La ética como un estilo de vida**
5. **Los valores**
 - 5.1 Valores humanos
 - 5.2 Valores infrahumanos

SUMARIO 2

LA ETICA EN EL EJERCICIO PROFESIONAL

1. **El ejercicio del periodismo**
2. **Realidades en el ejercicio diario**
 - 2.1 Como no poner en riesgo la ética
 - 2.2 Debate sobre los paseos, comidas, brindis y regalos de las fuentes de los periodistas
 - 2.3 Comportamiento de los periodistas con sus fuentes
3. **Coproducción y canjes publicitarios**
 - 3.1 Ilegalidad de la coproducción
 - 3.2 La gestión publicitaria de los medios
 - 3.3 El periodista merece un salario
 - 3.4 El periodista no es agente de publicidad
4. **El periodista. El Relacionador Público. El asesor de imagen. El publicista**
 - 4.1 Se parecen pero no son iguales
 - 4.2 Diferencias en el ejercicio de las ramas de la comunicación
 - 4.3 Especialización en las rama de la comunicación social

SUMARIO 4

TALLER SOBRE LOS DILEMAS ETICOS EN EL PROCESO DE UNA NOTICIA

1. **La noticia como información y como género**
2. **Pasos para construir una noticia**
3. **Dilemas en la Selección del tema**
4. **Dilemas en la Selección de las fuentes**
5. **Dilemas en la Recopilación de la información**
6. **Dilemas en la edición de los textos**
7. **Dilemas de diagramación y puesta en escena**
8. **Dilemas de la publicidad y los temas**
9. **Dilemas cuando hay respuesta del público**

SUMARIO 3

LOS REFERENTES DE ETICA

1. **Los gremios periodísticos**
 - 1.1 Cuantos son y para qué se conformaron
 - 1.2 Actividades de los gremios
 - 1.3 Reglamentos de los gremios
 - 1.4 Formación académica en los gremios
2. **Posición de los medios de comunicación en el desarrollo de la sociedad**
 - 2.1 Líneas editoriales
 - 2.2 Vinculaciones políticas de la administración
 - 2.3 Vinculaciones comerciales de la administración
 - 2.4 Cómo mantenerse al margen de los compromisos de la administración
3. **Periodistas Próceres**
4. **Periodistas Contemporáneos**
5. **El nuevo Periodismo**

SUMARIO 4

PROGRAMAS PERIODISTICOS Y ETICA

1. **Análisis de la programación de los medios de comunicación nacional**
 - 1.1 Estructuras de la radio
 - 1.2 Estructuras de la prensa
 - 1.3 Estructuras de la Televisión
2. **Análisis de noticieros en los medios de comunicación**
 - 2.1 Noticieros de Radio
 - 2.2 Noticieros de Prensa
 - 2.3 Noticieros de Televisión
3. **Programas de investigación**
 - 3.1 Análisis sobre los niveles de investigación
 - 3.2 El lenguaje utilizado
 - 3.3 Lectura de imágenes
4. **Columnas y espacios que critican la falta de ética en los medios de comunicación local y nacional**

SUMARIO 5

EL MORBO Y EL SENSACIONALISMO

1. **Concepto de morbo**
 - 1.1 Análisis: en qué medios de comunicación se encuentra el morbo
2. **Concepto de Sensacionalismo**
 - 2.1 La editorialización de toda información
 - 2.2 La falta de precisión es sensacionalismo
 - 2.3 Sensacionalismo en las imágenes
 - 2.4 Sensacionalismo en las imágenes
3. **Medios. Noticieros y programas de TV sensacionalistas**
 - 3.1 Análisis de los medios de comunicación sensacionalistas
4. **Las Columnas de Críticos de Medios: Roberto Aguilar y César Ricaurte, como ejemplos**

SUMARIO 6

LA COMUNICACIÓN ES UNIVERSAL

1. **Debate sobre la profesionalización del periodista**

2. El concepto de comunicación es universal
3. El ejercicio independiente y autónomo del periodista
4. El periodismo sin fronteras

Bibliografía

- Memorias de talleres sobre ética periodística de Javier Darío Restrepo, desde el 2002 a través de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano
- El lenguaje del cuerpo y la comunicación corporal.- Biblioteca Deusto de Desarrollo Personal.- Ediciones Deusto.- Madrid Barcelona.- 1992.
- Psicología de los medios de comunicación.- H. Jurgen Kagelmann y Gerd Wenninger.- Biblioteca de Psicología.- Editorial Herder.- Barcelona 1996.
- Psicología de la comunicación social.- Gerhard Maletzke.- Colección Intiyan; Ediciones CIESPAL.- Productora de Publicaciones.- Quito 1982.
- Estudios sobre dirección de medios.- Ward L. Quaak y Leo A. Martin.- Editorial Diana México.- Primera edición. 1971.
- **Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar).- Ryszard Kapuscinski.- Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano.- Impresora y Encuadernadora Progreso, S.A.- San Lorenzo México.- 2003.**
- Medios populares de comunicación.- Peterson Jensen Rivers.- Universidad de Illinois.- Editorial RM Barcelona.- República de Panamá.- 1967.
- Productos de la Investigación Científica.- Módulo de la Unidad Académica a Distancia de la Universidad Católica de Cuenca.- Cuenca.- 2004.
- El Reportaje.- Julio Del Río Reynaga.- Colección Intiyan; Ediciones CIESPAL.- Editorial Epoca.- Segunda Edición.- Quito-1978.
- Planificación y Comunicación.- Juan Díaz Bordenave y Horacio Martins de Carvalho.- Colección Intiyan; Ediciones CIESPAL.- Editorial Don Bosco.- Quito-1978.

II.4. UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO (Guayaquil): **Ética y Comunicación**. Pfr. Aníbal Penton. (Fecha documento: 3-agosto-2007)

UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

MATERIA: Ética y Comunicación	HORARIO: 19H25 – 20H45
PROFESOR: Aníbal Pentón	PERÍODO: septiembre-diciembre 2006
CRÉDITOS: 3	DÍAS: Martes y jueves
PRERREQUISITOS: CMU 318	AULA:
HORAS PRESENCIALES: 48	HORAS NO PRESENCIALES: 96

SYLLABUS

1. DESCRIPCIÓN

Siendo la materia 'Ética y Comunicación' se trata esta de manera general, esto es, no exclusivamente la relación entre ética y comunicación social, sino entre la ética y la comunicación en todos los casos (interpersonal, organizacional, entre otros) Se lleva a efecto un examen crítico de la dimensión ética de la comunicación y del desarrollo de los parámetros de comportamiento ético de los comunicadores. Se trata igualmente la desinformación, sobre todo en el caso de la información ciudadana sobre la labor de los aparatos del estado, privacidad, tratamiento de fuentes y cobertura de asuntos concernientes a la integridad y dignidad de la persona humana y de la sociedad. Se analizan casos y se evalúa el impacto y tratamiento de la información.

2. METODOLOGÍA

Explicaciones y trabajo grupal para generación de los conceptos principales con participación activa de los estudiantes. Aplicación de los conceptos generados a los casos reales y comprobación de los mismos en las lecturas realizadas. Análisis de casos históricos relevantes desde el punto de vista de la importancia del comportamiento ético.

3. CONTENIDO DEL PROGRAMA

SESIONES	COMPETENCIAS	CONTENIDOS	HORAS NO PRESENCIALES	EVALUACIÓN
	Incorpora los beneficios de la legalidad y defensa de valores superiores	Contenido de materia ♦ Nociones generales de Ética. Alcance de la definición de Ética. Diferencia con la moral.	Determinar los elementos en sistemas dados Trabajo extraclase # 1: Presentar ejemplos del contenido ético de acciones comunes y de las implicaciones de actos no éticos (2 hora)	
		♦ Entrega, exposición y discusión del Trabajo Extraclase No.1 ♦ Concepto clásico de ética ♦	Lectura de fragmentos de la Ética de Aristóteles	
		♦ Diferencia entre ética y moral	Lectura de fragmentos de la Ética de Hegel	
	Discrimina los conceptos de bien y mal y se decide por las ventajas del bien para el desarrollo social de la humanidad	♦ Bien, Finalidad, naturaleza humana, mal, ley natural. ♦ Actos humanos: elementos, circunstancias. ♦ Orientación de trabajo extra	Investigación en Internet sobre los conceptos de bien, mal, ley natural. Mandamientos de diversas religiones	
		♦ Bien Común y Sociedad Civil Bien común y bien privado ♦ Entrega, exposición y discusión del trabajo extraclase 2	Investigación en Internet sobre bien social	
	Asimila y clarifica conceptos útiles para la convivencia social	♦ Hábitos sociales. Valores, virtudes sociales.	Comparación de costumbres musulmanas, católicas y cristianas en lo referente a la vida familiar	
	Reconoce y toma conciencia de las ventajas del poder reverente	♦ Manifestación de las características sociales en lo individual y viceversa. Moral personal y ética social	Preparar trabajo	
		♦ La responsabilidad del individuo ante la sociedad y los deberes de los servidores públicos para con el individuo ♦ Entrega de trabajo	La ley de Rendición de Cuentas	

Maria Luján González Portela. Universidad Complutense de Madrid, 2008.	♦ Ética de la comunicación personal en el ámbito interpersonal y la retroalimentación respectiva	Las Organizaciones de Gibson, Ivancevich y Donnelly	
--	--	---	--

		♦ Ética de la comunicación vertical	Trabajo extractase: Ética de los medios, en el caso Philip Morris. Donnelly	
		♦ Ética de los medios en el caso de la Washington Post	Lectura de materiales sobre el caso dado	
		♦ Ética de los medios en el caso de las instituciones públicas. Rendición de cuentas de Iraq	Lectura de materiales sobre el caso dado	
		♦ Exhibición del film La ley de Herodes (primera parte)	Análisis del guión	
		♦ Exhibición del film La ley de Herodes (segunda parte)	Redactar trabajo sobre el film	
		♦ Presentación de trabajo sobre el film		
		♦ Examen 1er. Parcial		
	Reconoce la importancia del valor moral y toma conciencia de la necesidad del riesgo	♦ Whistleblowing: riesgos y consecuencias	Preparación de trabajo sobre whistleblowing	
		♦ Whistleblowing. Análisis de casos	Lectura de los materiales respectivos	
	Enfrenta la necesidad de asumir una actitud socialmente positiva aunque individualmente resulte negativa, reconociendo las ventajas de la misma a largo plazo	♦ La compleja ética de Internet: Pornografía		
		♦ La compleja ética de Internet: Piratería de la música	Lectura de Cultura Libre de Lawrence Lessig	
		♦ Lawrence Lessig y su lucha por la cultura libre	Lectura de Cultura Libre y El Código y otras leyes del ciberespacio	
		♦ La piratería de los libros y otras obras escritas	Lectura de Cultura Libre y El Código y otras leyes del ciberespacio	
		♦ La Piratería de films		
		♦ Consideraciones generales sobre el futuro de la producción cultural en general	Lectura de Cultura Libre y El Código y otras leyes del ciberespacio	
		♦ Exhibición del film El Informante , primera parte	Lectura de materiales sobre el caso Marlboro (Philip Morris)	
		♦ Exhibición del film El Informante , segunda	Trabajo extractase: Ética de los medios en el caso Philip Morris.	

II.5. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL (Guayaquil): **Ética**. Pfr. Juan Ignacio Vara.
(Fecha documento: 29-10-2007)

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Syllabus de la asignatura de Ética

1. DATOS GENERALES

Asignatura: Ética

Carrera: Comunicación

Área: Estudios Generales

Nivel: Pre-grado

Ciclo: VI.

Número total de semanas de clase en el ciclo: 16

Número total de horas: 48 horas

⚡ Tiempo para clases presenciales: 36

⚡ Tiempo para gestión de tutorías: 12

⚡ Créditos: 3

⚡ Elaborado por: Juan Ignacio Vara

2. DATOS ESPECÍFICOS.

Problema al que responde el programa:

Se percibe en los jóvenes una desmoralización, en el doble sentido de conductas y criterios de valor, por una parte; por otra, un como haber perdido las ganas de comprometerse en la vida. Este hecho desafía al Área de Ética a que se convierta en un instrumento para que los jóvenes de nuestra sociedad crezcan más auténticamente buscadores de la verdad, ciudadanos más decididos a construir su propia persona y la persona de los otros como elementos constituyentes de su realidad personal y social.

Objeto con el que trabaja:

La realidad social nacional, mundial y profesional y textos de estudio de diversos autores.

Objetivo que persigue:

Razonar las opciones morales frente a las situaciones que la vida va presentando a los estudiantes, desde unos valores descubiertos y asumidos por ellos mismos a través del curso.

Contenidos:

⚡ Sistema de conocimientos:

- Leer crítica y creativamente los documentos seleccionados.
- Analizar éticamente las situaciones fundamentales del ser humano, tanto en su vida privada, como en sus relaciones interpersonales y de ciudadanos.

⚡ Sistema de habilidades

- Aplicar con claridad, en la vida cotidiana y en la profesional, los conceptos de Ética, moral, conciencia moral, Derechos Humanos, libertad, vida y ecología.
- Analizar casos reales o modelados, de acuerdo al sistema de conceptos y valores propuestos en el curso.
- Demostrar coherencia entre el pensar y el hacer.

⚡ Sistema de valores

- Potenciar una conducta moral que asuma la responsabilidad de vivir todas las dimensiones de la persona.
- Evaluar la situación moral de hoy, a fin de trabajar por la paz y la práctica efectiva de los derechos humanos.
- Practicar la tolerancia.

3.- DISEÑO DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO

UE I: Fundamentación

Objetivo Específico: Promover la reflexión ética y el compromiso moral.

Contenido específico:

1.1. Ética y Moral

1.1.1. La situación moral de hoy.

- 1.1.2. Aclaración de términos y conceptos: Ética, ética-o, Moral, moral-inmoral, etc.
- 1.1.3. Los vecinos de la moral: el Derecho y la Religión.
- 1.1.4. Ética civil. Ética de máximos y Ética de mínimos. Ética autónoma y ética heterónoma. La autonomía moral.
- 1.2. Justificación del deber moral
- 1.3. La persona: unidad bio-sico-social, sujeto capaz de decisiones morales.
- 1.4. La libertad: o la condición *sine qua non* de la vida moral.
 - 1.4.1 Manipulación humana y libertad
- 1.5. La conciencia moral
 - 1.5.1. Conciencia moral y conciencia psicológica.
 - 1.5.2. Funcionamiento de la conciencia moral.
 - 1.5.3. El valor moral. Crisis de valores
- 1.6. Felicidad y Justicia

UE II: Problemas éticos de la convivencia social y política.

Objetivo específico: Vivir responsablemente la ciudadanía.

Contenido específico:

- 2.1. La ciudadanía.
 - 2.1.1 Sentidos del término “ciudadano”.
 - 2.1.2. La sociedad civil.
 - 2.1.3. Deberes y derechos de ciudadanos en relación al Estado
- 2.2. Ética y Política
 - 2.2.1. Los conflictos morales más frecuentes en un estado democrático.
 - 2.2.2. Ética y Constitución; Ética y códigos.
 - 2.2.3. La relatividad en la aplicación de conceptos y valores.
- 2.3. El estudiante universitario.
 - 2.3.1. Deberes y derechos del estudiante. El Estatuto universitario como referente ético.
 - 2.3.2. La responsabilidad de ser estudiante universitario.
- 2.4. Realización de los Derechos Humanos.
 - 2.4.2. Qué son los Derechos Humanos
 - 2.4.3. Universalidad de su aplicación: de la teoría a los hechos.
 - 2.4.4. Los derechos de la mujer y el niño
 - 2.4.5. Derechos humanos y Derecho Positivo.

UE III: Ética aplicada

Objetivo específico: Justificar racionalmente las decisiones morales a tomar frente a las situaciones que la vida plantea en el campo de la sexualidad, de la vida, de la responsabilidad ecológica y de la vivencia de la profesión.

Contenido específico:

- 3.1. Ética de sexualidad
 - 3.1.1. Aclaración de conceptos y realidad de la sexualidad humana.
 - 3.1.2. Fundamentos para la toma de decisiones en las conductas que tienen que ver con la sexualidad.
- 3.2. Ética y vida
 - 3.2.1. Bioética: Los problemas éticos en torno al comienzo de la vida.
 - 3.2.2. Los problemas éticos respecto al final de la vida.
 - 3.2.3. Ética y fecundidad en la pareja humana.
 - 3.2.4. El SIDA como problema específico.
- 3.3. Ética y profesión
 - 3.3.1. Dimensión humana y funcional de la profesión.
 - 3.3.2. Profesión y sociedad.
 - 3.3.3. Perfiles profesionales. Responsabilidad profesional.
 - 3.3.4. La deontología profesional y los códigos de Ética profesional.
- 3.4. Ética y Ecología
 - 3.4.1. Aclaración de términos.
 - 3.4.2. La calidad de vida como valor moral.
 - 3.4.2. La Naturaleza como sujeto de derechos.
 - 3.4.3. Obligaciones morales respecto al ecosistema.

4.- ESTRUCTURACIÓN DE LAS UNIDADES DE ESTUDIO

➤ Por formas de enseñanza

FORMAS DE ENSEÑANZA POR HORAS				
UE	Conferencias	Talleres	Seminarios	Totales
I	3	6		9
II	3	6	3	12
III	3	9	3	15
Totales	9	21	6	36

➤ Programación detallada en el aula

UE	OBJETIVO	SISTEMA DE CLASES	HORAS	EVALUACIÓN
I	Aclarar conceptos de uso diario y promover la reflexión ética y el compromiso moral.	C1.- Presentación del Programa	45'	Por escrito, individual, sobre los aportes de la primera sesión, con una guía que se entregará para el efecto.
		C2.- Forma de trabajo	45'	
		T1.- La situación moral hoy: hechos y preguntas; ¿cómo llegar a las respuestas	45'	
		T2.- Ética y moral; los vecinos de la moral.	45'	
		C3.-Ética civil, de máximos y mínimos; autónoma y heterónoma	90'	Comentario escrito de las lecturas y evaluación de la sesión, por grupos.
		T3.- La persona como sujeto moral y la libertad como condición moral	90'	
		C4.- La conciencia moral y su funcionamiento.	45'	Comentario escrito de las lecturas. Identificación por escrito, en grupos, de los valores que el grupo considera más necesarios.
		T4.- Los conflictos morales y forma de enfrentarlos.	45'	
II	Vivir responsablemente la ciudadanía	C4-T5: Los valores: ¿crisis y en qué sentido?	90'	
		C1.- Sentidos del término "ciudadanía".	45'	Comentario escrito de las lecturas. Diálogo abierto sobre la actitud de los jóvenes frente a la vida política ecuatoriana.
		T1.- La sociedad civil. Derechos y deberes de los ciudadanos en relación al Estado.	90'	
		S1.- ¿Qué son la Política y la vida política?	45'	
		T2.- Los conflictos morales en un estado "democrático".	90'	Evaluación de la Constitución del Ecuador, desde la Ética y los DD. Humanos.
		T3.- Ética y Constitución; Ética y códigos éticos.	90'	
II				
		C1.- El estudiante universitario y su responsabilidad social.	45'	Trabajo grupal sobre los aspectos más importantes del estatuto y su realización en la vida de la Universidad.
		T4.- Deberes y derechos del estudiante universitario de la Universidad Católica. El Estatuto como referente ético y los reglamentos como servicio al Estatuto.	1h:30'	
		C2.- Los Derechos Humanos: un poco de historia. DD. Humanos y derecho positivo.	60'	Evaluación en grupos: ¿qué pasa con los DD. Humanos en la vida social del Ecuador? Aportaciones del grupo para una mejora en esa dirección.
		S1.- La Declaración Universal. Los derechos del niño y la mujer	90'.	
		T5.- Universalidad de la aplicación de los DD. Humanos.	30'	
II	Justificar racionalmente	C1.- La sexualidad humana: aclaración de conceptos.	60'	Grupos: las preguntas más comunes en los jóvenes: la posibilidad de encontrar respuestas, dónde y cómo.
		T1.- Los problemas actuales en torno a las conductas sexuales: criterios y toma de decisiones.	120'	
		C2.- Las preguntas actuales en torno a la vida humana: la Bioética.	60'	Investigación sobre el aborto en el medio y sobre la atención a enfermos terminales.
		T2.- Problemas éticos del comienzo de la vida.	60'	
		T3.- Problemas éticos respecto al final	60'	

III	las decisiones morales a tomar frente a las situaciones que la vida plantea en los campos de la sexualidad, la vida, la responsabilidad ecológica y la vivencia de la profesión.	de la vida	60'	Grupos: detectar los problemas más frecuentes. Ensayo: ¿qué hacer frente al SIDA? Foro: ¿cómo valora la sociedad la profesión concreta a la que aspira el grupo? Discusión: los códigos y su valor real. Investigación sobre la calidad de vida de los ciudadanos de Guayaquil, sobre todo en los campos que tienen que ver con la carrera.
		C2-T4.- Ética y fecundidad humana.	60'	
		C3-T5.- El SIDA como problema específico y otras patologías relacionadas con la vida sexual.	120'	
		C4.- Dimensión humana, social y funcional de la profesión	90'	
		T6.- Deontología profesional; los Códigos de Ética profesional. La responsabilidad moral de los profesionales.	90'	
		C5.- Ecología: un poco de historia y aclaración de conceptos.	45'	
		C6-T7.- La calidad de vida como valor moral.	45'	
		T8.- La Naturaleza como sujeto de derechos.	60'	
		T9.- Obligaciones morales respecto al ecosistema.	30'	

➤ Programación para la gestión por tutorías

FORMAS DE LA GESTIÓN DE TUTORÍAS		
Gestión directa	Gestión pos grupos	Gestión a través de Internet
4horas	8 horas	
Observaciones: La gestión vía red está supeditada a las condiciones reales de acceso a la red –tanto Intranet como Internet- tanto para los alumnos como para el profesor		

➤ Programación detallada de la gestión por tutoría

TRABAJOS POR TUTORÍA			
Trabajo	Contenido y descripción	Cronograma de ejecución	
		Fecha inicio	Fecha finalización
Primero.	Investigación sobre las conductas de los jóvenes estudiantes en el área del trabajo, la diversión, relación de pareja; deducir los valores morales desde los que están viviendo y por qué.		
Segundo	Calidad ética de las elecciones intra y extrauniversitarias.		
Tercero	Relevancia oral de los reality-shows que programan los canales nacionales.		
Cuarto	Lectura ética de la realidad del aborto en el Guayas.		

5. BIBLIOGRAFÍA

- ABEL, F., BONE, E., HARVEY, J. (eds.); La Vida Humana: Origen y desarrollo; Universidad Pontificia de Comillas, Madrid, 1989
- ARANGUREN, J.L.; Ética (20 ed.); Revista de Occidente, Madrid, 1959
- ARANGUREN, J.L.; Moral y sociedad (30 ed.); Cuadernos para el diálogo, Madrid, 1967
- ARÓSTEGUI, A.; Persona, sexo y sociedad; PPC, Madrid, 1971
- ASOCIACIÓN DE BIOÉTICA FUNDAMENTAL Y CLÍNICA; La Bioética en la encrucijada. Actas I Congreso Nacional, Madrid, 1996
- AULA DE ÉTICA; La ética en la universidad; Universidad de Deusto, Bilbao, 1995
- BERGSON, H.; Las dos Fuentes de la moral y la religión; Sudamericana, Bs. Aires, 1962
- BLÁZQUEZ, N.; Bioética fundamental; BAC, Madrid, 1996
- BRANDT, R.; Teoría ética; Alianza Universidad, Madrid, 1982
- CAMPS, V., GINER, S.; Manual De Civismo; Ariel, Barcelona, 1998

11. CAMPS, V.; Qué hay que enseñar a los hijos; Plaza, Barcelona, 2000
12. COBO S. Juan Manuel; Educación Ética; Textos Universitarios; Madrid 1993
13. CORTINA, A. (edit); 10 palabras claves en ÉTICA; Verbo Divino, Estella, 1994
14. CORTINA, A., Martínez, E.; Ética; Akal, Madrid, 1996
15. CORTINA, A.; Ética civil y Religión; PPC: Madrid, 1995
16. CORTINA, A.; Ética mínima, Tecnos: Madrid, 1986
17. DE ZUBIRÍA, M.; Formación de valores y actitudes; Fundación Alberto Merani, Bogotá, 1995
18. DOMINGO, A.; Ética y voluntariado; PPC, Madrid, 1997
19. ELIZARI, F.J.; Bioética; S. Pablo, Madrid, 1991
20. ETXEBARRIA, X.; Ética básica; Universidad de Deusto; Bilbao, 1996
21. FERRATER MORA, J., COHN, P.; Ética Aplicada; Alianza Universidad, Madrid, 1994
22. GAFO, J. (edit); 10 palabras clave en BIOÉTICA; verbo Divino, Estella, 1994
23. GAFO, J. (edit); Ética y Biotecnología; U. Pontificia de Comillas, Madrid, 1993
24. GAFO, J.(edit), La eutanasia y el arte de morir; U. P. de Comillas, Madrid, 1990
25. GÁRATE, R.; Ética y libertad, Universidad de Deusto, Bilbao, 1995
26. GRACIA, D.; Fundamentos de Bioética; Eudema Universidad; Madrid: 1989
27. GRACIA, D.; Procedimientos de decisión el Ética clínica; Eudema Universidad: Madrid, 1991
28. GRISEZ, G., SHAW, R.; Ser persona: curso de Ética; Rialp, Madrid, 1996
29. HABERMAS, J.; Escritos Sobre Moralidad y Eticidad; Paidós, Barcelona, 1991
30. JONAS, H.; El Principio de Responsabilidad; Círculo de Lectores, Barcelona, 1994
31. KING, M.L.; El clarín de la conciencia; Ayma, Barcelona, 1968
32. KÜNG, H., JENS, W.; Morir Con Dignidad; Trotta, Madrid 1997
33. KÜNG, H., KUSCHEL, K.J.; Hacia una Ética Mundial; Trotta, madrid, 1994
34. MARCUSE, H.; Ética de la revolución; Taurus, Madrid, 1970
35. MARTÍNEZ NAVARRO, E.; Ética para el desarrollo de los pueblos; Ed. Trotta, Madrid, 2000
36. ROMERO, Ed. (Coordin.); Valores para vivir; CCS, Madrid, 1997
37. RUBERT DE VENTÓS, X.; Moral y nueva cultura; Alianza Editorial, Madrid, 1971
38. SAVATER, F.; El valor de educar; Ariel, Barcelona: 1997
39. VICO, J.; Éticas teológicas ayer y hoy; Paulinas, 1993
40. VIDAL, M., SANTIDRIÁN, P.; Ética (3t.); Paulinas, Madrid, 1980
41. VIDAL, M.; Diccionario de Ética Teológica; Verbo Divino, Pamplona, 1991
42. VIDAL, M.; El Discernimiento Ético; Cristiandad, Madrid, 1980
43. VIDAL, M.; Ética Civil y sociedad democrática, Desclée, Bilbao, 1984
44. VIDAL, M.; La ética civil y la moral cristiana, S. Pablo, Madrid. 1995
45. VIDAL, M.; Para conocer la Ética Cristiana (40 ed.); Verbo Divino, Pamplona, 1994

7. MÉTODOS DE ENSEÑANZA

El proceso de enseñanza-aprendizaje de esta asignatura se realizará a través del método activo participativo, utilizando la reflexión ética en el tratamiento de cada uno de los temas.

8.- FORMAS DE ENSEÑANZA

Se empleará la conferencia pedagógica, talleres individuales y grupales, seminarios, debates, mesas redondas. En determinados temas se trabajará en investigaciones, observaciones y análisis de documentos, elaboración de esquemas o se producirán documentos escritos o multimedia. Una parte de esta actividad se hará por gestión de tutorías.

9.- MEDIOS

En un curso como el diseñado aquí, el recurso importante por sobre cualquier otro, es el humano: el conjunto formado por el maestro y los estudiantes. Todo lo demás: Carteles, retroproyectores, TV, computadoras, proyectores, textos y guías didácticas... o son una ayuda para la maduración de las personas del curso o se quedarán en puros instrumentos de información.

10.- EVALUACIÓN

- Del proceso: a través controles de lectura y sondeos de opinión, talleres individuales y grupales.
- Del producto:
 - Trabajos en clase presenciales: 45%
 - Trabajos de gestión por tutorías 25%
 - Prueba escrita 30%

Nota: esta propuesta de calificaciones se debe a que el trabajo principal del curso de Ética es el que se hace, día a día, en la interacción del aula. Se considera, por tanto, que la calificación debe corresponder, porcentualmente, a los niveles en que se realiza el proceso de aprendizaje.

Otras precisiones con respecto a las formas de enseñanza, a los medios, a los métodos y a la evaluación.

Serán tenidos en cuenta, para la calificación, todos los trabajos realizados por los participantes, así como su participación en las clases y en los trabajos por tutorías. Los estudiantes conocerán con tiempo suficiente los trabajos a realizar, así como las pequeñas pruebas –a veces objetivas, referidas a información- de comprobación que sean convenientes.

Juan Ignacio Vara
Profesor

II.6. UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO (Milagro, Guayas): **Legislación y Ética Profesional**. Pfra. Catalina Barzola. (Fecha documento: 23-4-2008)

Universidad Estatal de Milagro

PLAN DIDÁCTICO SEMESTRAL

Datos Informativos

Nombre de la institución: Universidad Estatal de Milagro
Asignatura: Legislación y Ética Profesional
Area: Comunicación Social
Profesora: Catalina Barzola Morán
Curso: Cuarto Semestre
Año lectivo: 2007-2008
Horas: Tres semanales

Justificación

Es una necesidad imperiosa el conocimiento, análisis, de instituciones jurídicas como el derecho de información pública, ley general del periodista y ética profesional. Es importante que el estudiante conozca conceptos primarios de estas disciplinas para poder defender sus Derechos.

Objetivos

Organizar las relaciones humanas desde el punto de vista de lo que la sociedad en su conjunto y cada individuo como miembro de la misma requiere para su armónica subsistencia. El derecho tiende a conservar el orden de la convivencia humana.

General: Crear en el individuo una firme convicción de respeto por los valores que se estiman relevantes, al mismo tiempo repudiar actos e inclinaciones consideradas inconvenientes.

Específico: Fomentar el conocimiento de derecho como instrumento de defensa de los seres humanos.

Métodos

Directo, Inductivo, Deductivo, Ecléctico.

Contenidos

Unidad 1

Explicaciones preliminares acerca del derecho.- Ley de acceso a la información pública
Generalidades.- Importancia.- Ámbito de la ley

Unidad 2

Definición de palabras de uso frecuente en la ley de acceso a la información pública- La ley, concepto, formación, promulgación y derogación.-

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
SECRETARÍA DE ASUNTOS ACADÉMICOS
FOLIO 46-84-2007
30-07-07
17/7/07

Unidad 3

Análisis del contenido de la ley de acceso a la información pública a través de exposiciones, talleres y trabajos de investigación.- Código de ética profesional del periodista.- Análisis de sus contenido.- Ética profesional.- Conceptualización de Persona.- Cultura.- Costumbre.- Trabajo, Profesión.

Unidad 4

Ley General del Periodista.- Importancia, Ámbito de la ley.- Instituciones legales que el periodista puede formar.- Talleres, exposiciones y discusiones

Unidad 5

Ética Profesional relacionada al periodista: Trabajo y Profesionalización.- Ejercicios prácticos

Evaluación

Trabajos de investigación, Exámenes orales y escritos. Exposiciones individuales.

Bibliografía

Ley de acceso a la información pública
Ley del periodista
Código de ética
Ética Profesional
Derecho Civil del Ecuador, Juan Larrea Holguín
Lecciones de Derecho Práctico, Víctor Manuel Peñaherrera

Catalina Barzola Morán
Dra. Catalina Barzola Morán, Msc

Barzola, 2007
Dra. Beatriz Hernández Msc
Coordinación Académica.

II.7. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA (Ibarra): **Ética Periodística**. Pfra. Luján González. (Fecha documento: 3-agosto-2007)



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA
Escuela de Comunicación Social

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1	Escuela	:	Comunicación Social
1.2	Carrera	:	Licenciatura en Comunicación Social
1.3	Área	:	Educomunicación y desarrollo
1.4	Asignatura	:	Ética Profesional
1.5	Nivel	:	Quinto
1.6	Año/semestre	:	2003/2004. Primer semestre
1.7	Número de créditos:		2
1.8	Prerrequisito	:	Ninguno
1.9	Profesor (a)	:	Mgr. María Luján González Portela
1.10	Ayudante de Cátedra:		Ninguno

2. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA.

El director de un importante periódico español de edición nacional, quizás el más legendario, nos comentó a un grupo de jóvenes estudiantes de Periodismo que íbamos a hacer prácticas a su diario que había tres profesiones imprescindibles para la sociedad: la de sacerdote, la de médico y la de periodista. Esta afirmación me ha dejado siempre muy impactada. Especialmente porque en el ejercicio de la profesión he tenido que escuchar en demasiadas ocasiones muchas críticas en contra de los periodistas y percibir el rechazo de muchas personas a esta profesión. ¿Por qué si el periodista es tan necesario para la sociedad es uno de los gremios profesionales más criticados y azotados?

La respuesta es clara: nos lo hemos ganado a pulso. Permítame, estimada o estimado estudiante, empezar este curso de Ética Periodística haciendo un *mea culpa* en nombre de todos los que tenemos la suerte de ser profesionales o aprendices del periodismo. Tenemos que reconocer que en nombre de una libertad de expresión mal entendida y del derecho a la información hemos cometido, durante todo el siglo XX, muchos atropellos en contra de la dignidad del ser humano y del bien común, que son los fundamentos que justifican la razón de ser de nuestra profesión. ¿Acaso la sociedad no está delegando en nosotros, los periodistas, el derecho de todo ser humano a conocer la verdad? ¿No es esta una altísima y gravísima responsabilidad social?

Precisamente la capacidad amplificadora de los medios de comunicación es un factor que incrementa la responsabilidad de esta profesión con respecto a las demás. No es lo mismo que usted difame a alguien personalmente o por teléfono a que lo escriba en un periódico, o lo transmita en un programa de radio o televisión. El daño causado tiene menos proporciones en el primer caso que en el segundo. Si usted se arrepiente y decide devolver el honor a dicha persona, con confesarle su error es suficiente. En cambio, si lo dejó escrito en un periódico o se oyó por radio o televisión, el daño es casi irreparable, por muchos dólares que pague por indemnización a la persona que difamó.

En la provincia de Imbabura, por ejemplo, hay un personaje, de cuyo nombre no quiero acordarme, que hace un programa radial todas las mañanas cuyo contenido es bien sencillo: usted tiene algo en contra de alguien, pues bien, llama al programa por teléfono y el susodicho sujeto le saca al aire para que diga la acusación que quiera, y, por supuesto, cuanto más grave y escandalosa mejor. El supuesto locutor improvisará un tribunal del cual él es el juez supremo y la autoridad para discernir el bien del mal y poniéndose inmediatamente de su parte –esto es atención al cliente y lo demás vainas– citará al acusado para que responda de las acusaciones. De tal forma que aquí lo importante no es la verdad, o que tenga pruebas, es suficiente con un poco de mala fe y querer fregar al prójimo. Así que en Imbabura este sujeto y su inofensivo programa constituyen la mejor forma de amenazar a alguien. ¿Y sabe qué es lo más grave de todo esto? Que es uno de los programas con más sintonía.

Por poner otro ejemplo, ¿no es un atentado contra la dignidad humana la publicación de fotografías, en las secciones de crónica roja de muchos diarios, de cadáveres, cuerpos heridos, magullados o mutilados? ¿A usted le gustaría que publicaran su cadáver o el de alguien de su familia en un periódico? ¿Acaso no hay un derecho de las personas a la intimidad, a la vida privada y al honor? Cuando se describe paso a paso y con todo lujo de detalles cómo violaron a una niña o a una joven, ¿estamos sirviendo al derecho a la información o dando gusto al instinto morboso del ser humano que siempre está dispuesto a ser satisfecho?

Que el diario Extra sea el más vendido del Ecuador y que la mayoría de los diarios incluyan secciones de crónica roja –en algunos con páginas a *full color*– puede ser un buen termómetro de cómo está la ética en nuestros

diarios y en nuestros medios de comunicación en general. Ante lo cual cabría preguntarnos ¿de quién es la culpa, de los que hacen este tipo de periodismo o de los lectores que lo compran?. Probablemente la responsabilidad es compartida. Ahora bien, pesa mucho más la de los diarios. Nuestros lectores son muy variados, desde un catedrático universitario a un campesino que nunca ha pisado la escuela. ¿Tienen la misma capacidad de elegir el uno y el otro? ¿Tienen las mismas herramientas para saber discernir qué es lo que les conviene y lo que no? Es obvio que no.

Claro que siempre habrá quienes, amparándose en la libertad de expresión, defiendan este antiperiodismo y hagan demagogia de la supuesta libertad del lector a elegir lo que quiera. Este tipo de personas son las que afirman que "la gente tiene los medios que se merecen". Dicho de una manera menos elegante y más clara, si los medios hacen programas y periódicos basura es porque –según ellos– somos basura y no merecemos otra cosa. Muy interesante, ¿no les parece?

A la luz de este rápido análisis de los males que aquejan a nuestro periodismo ecuatoriano, pero también a nivel global, es normal que la gente piense mal de nosotros y desconfíe. La lástima es que son unos pocos mediocres, muchos de los cuales ni siquiera tienen título profesional, los que nos están creando una mala fama que, sin duda, la mayoría no nos merecemos, porque soñamos con otro tipo de periodismo.

El periodismo en el que creemos es aquel que empieza por concebir a la persona de una manera elevada, es decir, poseedora de tan alta dignidad y valor que se merece lo mejor y que es sujeto de derechos y libertades, entre ellas el derecho a la información y a la verdad, porque el ser humano no puede desarrollarse si no conoce la verdad de sí mismo y del mundo.

El periodismo en el que creemos es aquel que concibe la profesión como un servicio al bien común, y no como un medio de lucro personal o para adquirir poder, sabiendo que una sociedad es libre y democrática solo cuando tiene unos medios de comunicación libres y veraces.

El periodismo en el que creemos es aquel que es consciente de su gran responsabilidad social y que se siente siempre en deuda con aquel conjunto de ciudadanos que están depositando en él su confianza para transmitirles la verdad de los hechos y para orientarles en la interpretación ponderada y equilibrada de lo que sucede.

¿Se da cuenta ahora de la importancia de esta materia para sus estudios de Comunicación Social? Estoy segura de que sí y de que recorrerá conmigo esta apasionante aventura para ir respondiendo a tantos interrogantes que se nos suceden en nuestra profesión.

Gilles Lipovetsky, un filósofo francés contemporáneo, afirma que el siglo XXI o es ético o no será. Nosotros podríamos hacer un paralelismo diciendo: el periodismo o es ético o no es.

Usted, estimado o estimada estudiante, o es ético o nunca podrá ser llamado periodista.

3. PROPÓSITOS:

3.1. Objetivo general:

Lograr que el futuro periodista-comunicador sea un profesional íntegro, con plena libertad y responsabilidad moral.

3.2. Objetivos específicos:

1. Dar una visión de la persona profundamente humana y con una elevada dignidad, a la luz de la definición del hombre que aporta Jesucristo en el Evangelio.
2. Dotar al futuro periodista-comunicador del conocimiento de la profesión periodística como servicio al bien común y al desarrollo pleno de cada ser humano.
3. Entender que la profesión periodística tiene un único objetivo: difundir la verdad, entendida en su sentido más profundo, es decir, aquella que da sentido a la vida.
4. Lograr que el futuro periodista-comunicador comprenda y se adhiera personalmente a los principios éticos más importantes, la libertad y la responsabilidad.
5. Dar a conocer los problemas éticos más comunes con los que se va a encontrar el futuro periodista, para que tenga unos criterios éticos sólidos que le permitan desenvolverse con rectitud en toda circunstancia.
6. Estudiar los códigos deontológicos elaborados por las distintas instituciones periodísticas a lo largo del siglo XX, para reflexionar sobre los principales problemas éticos y la necesidad del periodista en toda época de tener un código de conducta que le oriente en su profesión.

✓

4. CONTENIDOS:

1. Introducción: Conceptualización, contextualización de la materia.
 - 1.1. Carta a un periodista amigo. (Olegario González de Cardedal)
 - 1.2. Hablar de ética está de moda.
 - 1.3. Las paradojas éticas que plantean los medios de comunicación social.
 - 1.4. De la Ética filosófica a la Deontología Periodística.
(del libro original: *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Tecnos, Madrid, 1995)
 - 1.5. Responsabilidad ética de la comunicación.
 - 1.6. La dignidad de la persona humana, justificación de la profesión periodística.
 - 1.7. Enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas.
 - 1.8. La ética en las organizaciones informativas: la actuación en conciencia.
 - 1.9. La armonización entre el derecho a la información y los demás derechos humanos.
2. La pasión de dar la vida. La vida como tema informativo.
3. El derecho al honor, a la intimidad y a la vida privada, en relación con el derecho a la información.
 - 3.1. La información de lo público, lo privado y lo íntimo.
 - 3.2. Informar con honor: el desafío.
4. La ética de los procedimientos.
5. La ética de las noticias. La verdad y la mentira informativas.
6. Fundamentos éticos de la presunción de inocencia o la legitimidad del periodismo de denuncia.
7. Dilemas éticos de la comunicación local.
8. La información de la violencia: morbo, catarsis, terapéutica, contagio o apología.
9. La minoría de edad informativa.
10. Deberes posteriores a los actos informativos: responder, trascender, mantener o rectificar la información.
11. Las tentaciones del fotoperiodismo.
12. La información en tiempos de catástrofes.
13. Perspectiva ética de la información publicitaria.
14. Ética de la ficción en la comunicación audiovisual.
15. Código ética periodística.

5. RECURSOS

Humanos:

- Docente.
- Estudiantes.
- Equipo multidisciplinar de docentes.
- Periodistas invitados.

Materiales:

- Texto base: *El laberinto informativo: una salida ética*, de Carlos Soria, Ed. EUNSA, Pamplona, 1997.
- Artículos complementarios.
- Infraestructura de la PUCE-I.
- Material fungible.

6. CRITERIOS Y CRONOGRAMA DE EVALUACIÓN

Indicadores de evaluación:

- Participación en clase.
- Investigación personal.
- Puntualidad y esfuerzo en los trabajos teóricos y prácticos.
- Lectura y profundización de la bibliografía.
- Uso de bibliografía complementaria.
- Dominio de los conocimientos técnicos y teóricos básicos.
- Creatividad, espíritu crítico y propositivo.

Fechas de las evaluaciones parciales:

- 17 de noviembre de 2003.
- 26 de enero de 2004.

Fecha de la evaluación final:

- 2 de febrero de 2004.

7. FUENTES DE INFORMACIÓN

Texto obligatorio:

- 1 *El laberinto informativo: una salida ética*, de Carlos Soria, Ed. EUNSA, Pamplona, 1997.

Textos complementarios:

González Portela, M^a. Luján (Compiladora): "Ética Periodística", UTPL, 2002.

Bonete Perales, Enrique (Coordinador): *Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo*; Tecnos, Madrid, 1995.
Este texto es la compilación de diversos artículos de los profesores universitarios españoles más importantes en el campo de la ética y, en concreto, de la ética periodística.

Brajnovic, Luka: *Deontología Periodística*, EUNSA, Pamplona, 1978.

Nos encontramos ante toda una autoridad en el ámbito de la ética periodística tanto en España como internacionalmente. Ha formado a muchas generaciones de periodistas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Su visión del periodismo emerge desde una percepción profundamente humanista y social de la profesión, iluminada por una concepción cristiana del ser humano.

Vázquez Fernández, Francisco: *Ética y Deontología de la Información*; Paraninfo, Madrid, 1991.

El autor es un experimentado docente de Ética Periodística en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, donde se forman una gran parte de los periodistas y comunicadores de España. Su libro recoge los apuntes que en todos sus años de experiencia docente ha ido desarrollando y aplicando en sus clases de ética, lo que nos garantiza que el contenido vertido en este texto ha sufrido modificaciones y ampliaciones, fruto de un contraste continuo y crítica con la opinión de cientos de estudiantes de Periodismo que han pasado por sus manos.

Barroso, Porfirio y López, Ma. del Mar: *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*; Fragua, Madrid, 1998.

Dericux, Emmanuel: *Cuestiones ético-jurídicas de la Información*; EUNSA, Pamplona, 1983.

(Todos estos libros están en la Biblioteca de la PUCE-I)

II.8. UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA (Loja): **Ética Periodística**. Pfra. Ana Lucía Unda. (Fecha documento: 17-4-08)

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
Programación académica de *ÉTICA PERIODÍSTICA*

DATOS INFORMATIVOS

Area:	Humanística
Escuela:	Comunicación Social
Asignatura:	<i>ÉTICA PERIODÍSTICA</i>
Ciclo:	Séptimo
Profesora:	Dra. Ana Lucía Unda Costa
Carga lectiva:	3 horas semanales
Total de horas presenciales estimadas en el ciclo:	27 horas

INTRODUCCIÓN:

En un mundo globalizado, donde preocupa solamente el progreso de la ciencia, la tecnología, los cambios sociales económicos y políticos, urge la reflexión humana. Y se hace importante detenernos a pensar que “en lo que va de la historia contemporánea, la persona no ha progresado en humanidad, más bien parece que ha ido disminuyendo, gracias a todos los avances en materia de ciencia, tecnología y economía, Paradójicamente el progreso humano no ha sido muy humano, pues no ha logrado una persona más justa, más libre, y en definitiva más feliz”. (Educomunicación, Ma. Luján González).

En la actualidad, el periodismo ecuatoriano y latinoamericano es blanco de todo tipo de críticas, y esta pérdida de credibilidad tiene explicaciones de todo tipo. Esencialmente se observa hoy que principios fundamentales, antes incuestionables, han dejado de tener validez universal y han sido reemplazados por otro sistema de valores. Esta situación de caos moral general, refuerza el asedio al periodismo, que va desde el asesinato de periodistas hasta la presión directa de los anunciantes, lo que ha ocasionado una pérdida de independencia, comprensible en ciertos casos, pero no justificable.

Todo esto se traduce en desconfianza del lector, televidente o radioescucha, quienes acusan a los medios de comunicación y a sus periodistas de no cumplir con su deber de informar. A todo esto, debemos agregar situaciones que provienen del propio ejercicio profesional.

Como el resto de las actividades, el periodismo, se ve afectado por la crisis de los valores tradicionales y su reemplazo por el culto al dinero, factores que se conjugan para hacer perder de vista que el último fin de la comunicación social, no es el éxito individual, sino la búsqueda del bien común.

Por ello, es de vital importancia y trascendental en la formación del comunicador social, el análisis consciente, veraz y exhaustivo de todas las características, aspectos y circunstancias que rodean al ámbito de la Ética periodística. Se hace necesario propiciar un diálogo abierto y frontal entre estudiantes, colegas, televidentes, lectores, radioescuchas, con el fin de que entre todos logremos devolverle a la profesión, en el campo de la práctica, la resonancia ética, sin que nos detengan los avances tecnológicos del nuevo milenio.

OBJETIVOS:

General:

1. Formar un comunicador social integral, comprometido de forma honesta y efectiva con el desarrollo educativo, cultural y económico del Ecuador, promoviendo en todos los escenarios sociales, la formación de receptores críticos activos y productores de cultura.

Específicos:

1. Promover un comunicador consciente responsable, de amplia formación y visión, que necesite analizar y profundizar en la realidad, desde el estudio de la historia, la sociología, la filosofía, la antropología, la economía y el derecho, para informar con veracidad, propiedad y responsabilidad.
2. Lograr que los comunicadores sociales actúen con integridad, que evitan la manipulación de los medios e intereses partidistas o meramente comerciales.
3. Rescatar la dignidad humana, la cultura, la educación, la paz, la democracia, los más altos valores del ser humano.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

PRIMER BIMESTRE

1. Definición de términos
 - 1.1. Ética
 - 1.2. Valores Éticos
 - 1.3. Moral
 - 1.4. Derecho
 - 1.5. Ética para periodistas
2. El Periodista y la Empresa Periodística
 - 2.1. Definición de periodista
 - 2.2. La empresa periodística
 - 2.3. Empresa y Ética
 - 2.4. Casos
3. El derecho de la información
 - 3.1. Moral y derecho en la comunicación
 - 3.2. La libertad de expresión
 - 3.3. De la libertad de prensa al derecho de la información
 - 3.4. Casos
4. Veracidad de la información
 - 4.1. Veracidad y Objetividad
 - 4.2. Casos
5. Periodismo Vs. Buena fe del público
 - 5.1. Sensacionalismo
 - 5.2. Ética y privacidad
 - 5.3. Explotación de la Morbosidad
 - 5.4. Irrespeto a la dignidad humana
 - 5.5. La denuncia de la corrupción
 - 5.6. Casos
6. La Rectificación
 - 6.1. Rectificación y Credibilidad
 - 6.2. Casos

SEGUNDO BIMESTRE

7. El bien Común
 - 7.1. Definición del Bien Común
 - 7.2. Periodismo y Bien Común
 - 7.3. Bien Común, Derecho y Medios de la comunicación
8. La Independencia del Periodista
 - 8.1. Fuentes Financieras
 - 8.2. Política
 - 8.3. Subjetividad
 - 8.4. Fuentes de información
 - 8.5. Libertad
 - 8.6. Casos
9. El Plagio
 - 9.1. Elementos éticos y jurídicos
 - 9.2. Derechos de autor
 - 9.3. Casos
10. La responsabilidad del periodista
 - 10.1. La responsabilidad frente al desarrollo

- 10.2. Sobre la violencia
- 10.3. El impacto
- 10.4. Libertad y responsabilidad

- 11. La Etica y el papel de Estado
 - 11.1. La intervención del gobierno
 - 11.2. Sanciones Morales
 - 11.3. Casos

- 12. Códigos Latinoamericanos de Etica Periodística
 - 12.1. Estudio comparativo

- 13. Etica de la comunicación audiovisual
 - 13.1. Conflictos morales de los medios audiovisuales
 - 13.2. La Etica televisiva
 - 13.3. La Etica radiofónica
 - 13.4. Etica de la información publicitaria

METODOLOGÍA

La asignatura de ETICA PERIODISTICA se desarrollará: 1) en base a la investigación análisis y tratamiento anticipado por parte del alumno, de cada uno de los temas propuestos, y 2) el análisis de los casos (sucedidos) relacionados con la ética periodística, y los que se produzcan mientras se desarrolla la materia, en el ámbito local, nacional y mundial.

El desarrollo de los temas, se realizará con la ayuda de programas de TV. entrevistas, análisis de prensa escrita, reportajes, investigaciones, etc. Se hará especial énfasis en la observación reflexiva y crítica de nuestra realidad periodística.

ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

1. Taller de Etica periodística: Conferencista Javier Darío Restrepo
2. Salidas de observación a medios de comunicación locales
3. Proyectos de investigación en los medios locales

RECURSOS

- Fichas bibliográficas
- Infocus proyector
- Sala de proyección
- Transparencias
- Grabadoras
- Estudio de grabación

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Herrán María Teresa, Restrepo Javier Darío. *Etica para periodistas*, Edición ampliada para Latinoamérica. Tercer Mundo Editores, Santa Fé de Bogotá, Colombia, 2003.

Complementaria:

- Bonete Perales Enrique, *Etica de la comunicación audiovisual*, Editorial Tecnos, Madrid, España, 2000.
- Loreti, Damián M., *El derecho a la información, Relación entre medios, público y periodistas*. Editorial Paidós, Estudios de comunicación, Argentina, Primera reimpresión 1997.
- González Portela Ma. Luján M.Id., *Educomunicación, Educación para la comunicación desde un enfoque ético de la interculturalidad*, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja, Loja, 2003.
- McLuhan Marshall, *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*, Paidós Comunicación, primera edición, Impreso en España, Traducción del Inglés por Patrick Ducher. 1996.

EVALUACIÓN

Se realiza una evaluación continua a los profesionales en formación, la misma que consiste en el seguimiento de las actividades desarrolladas en el aula, y la investigación y el análisis de cada tema. La calificación de cada bimestre se la realiza tomando en cuenta:

- * Seguimiento del trabajo del estudiante en clase (participación, análisis de temas) 3 puntos
- * La presentación de informes y desarrollo de investigación: 3 puntos

* Examen bimensual
Total

14 puntos
20 puntos

II.9. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR (Quito): **Deontología y Legislación**. Pfr. León Espinosa. (Fecha documento: 20-3-2007)



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura
Escuela de Comunicación

MATERIA: DEONTOLOGÍA Y LEGISLACIÓN
CÓDIGO: 11026
PROFESOR: LEÓN ESPINOSA
NIVEL: 8
CRÉDITOS: 3
SEMESTRE: SEGUNDO 2006-2007

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

La finalidad de este curso es proporcionar a las/los estudiantes los elementos éticos y legales para un ejercicio transparente de la comunicación con un enfoque interdisciplinario. Destaca la importancia de la práctica del periodismo en las sociedades contemporáneas

OBJETIVOS:

1. Presentar principios para procurar una formación integral en la actividad profesional
2. Promover entre los estudiantes el ejercicio de valores y su uso en la vida cotidiana
3. Responder a las demandas éticas en la práctica comunicacional
4. Incorporar en el curso los temas y problemas actuales que se debaten en el mundo alrededor de la ética y la comunicación
5. Integrar los principios humanistas establecidos por la PUCE y enfatizar su importancia en la adquisición del conocimiento y en la práctica de las instituciones

CONTENIDOS:

Semana 1:
Introducción a la Ética
Semana 2 y 3:
Nociones y conceptos de Ética. Principales concepciones
Semana 4 y 5:
Introducción a la Deontología. Concepto y su relación con la Ética.
La deontología periodística para la UNESCO.
Semana 6:
Los valores: origen, conceptos, contenidos
Semana 7:
Análisis de la película *Baraka*
Semana 8:
Ética y medios de comunicación
Semana 9:
Los códigos deontológicos y los medios de comunicación
Semana 10:
Normas constitucionales relacionadas con la comunicación
Análisis de la película *La memoria de los muertos*
Semana 11 :
Los derechos humanos, las garantías constitucionales en el ámbito de la comunicación.
Semana 12:
Conceptos básicos de Derecho. Análisis de principios que contienen aspectos influyentes de la comunicación.
Análisis del documental *Los espigadores*
Semana 13:
Propiedad intelectual y derechos de autor

Semana 14:

Códigos de ética de los medios impresos y audiovisuales. Función de los Tribunales de honor

Análisis de la película *Tinta Roja*

Semana 15 y 16:

Incorporación en el ámbito social de las nuevas formas comunicacionales y su incidencia en la sociedad contemporánea.

Análisis de la película *El informante*

Semana 17: Síntesis y revisión de contenidos

METODOLOGÍA:

La cátedra se desarrollará mediante el sistema de conferencias impartidas por el profesor y la participación activa de los estudiantes a través debates sobre planteamientos de autores, exposiciones en grupos y análisis de casos apoyados en lecturas de textos actualizados e interdisciplinarios relacionados con la práctica profesional. El estudio de los contenidos tendrá material didáctico diverso que incluye la exhibición de películas.

EVALUACIÓN:

Paralelo 1:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 20 de marzo de 2007

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 25 de abril de 2007

Tercer parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 22 de mayo de 2007

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 20 puntos. 7 de junio de 2007

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

Paralelo 2:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 27 de marzo de 2007

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 2 de mayo de 2007

Tercera parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 29 de mayo de 2007

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 5 puntos. 16 de junio de 2007

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

Paralelo 3:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 27 de marzo de 2007

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 2 de mayo de 2007

Tercera parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 29 de mayo de 2007

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 5 puntos. 7 de junio de 2007

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

ENTREGA DE NOTAS EN SECRETARÍA:

Primer parcial: 27 de marzo de 2007 y 4 de abril de 2007

Segundo parcial: 2 de mayo de 2007 y 9 de mayo de 2007

Tercer parcial: 7 de junio de 2007

Nota final: en el plazo asignado por Secretaría

BIBLIOGRAFÍA:

TEXTOS DE LECTURA OBLIGATORIA:

Aladro Vico, Eva, *Teoría de la información y la comunicación efectiva*. Madrid, Editorial Fragua, 1999.

Aristóteles, *Moral A Nicómaco*. Lima, Universo, 1975

Barroso, Porfirio y María del Mar López Talavera, *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Editorial Fragua, 1998

Fromm, Erich, *Ética y Psicoanálisis*. Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1995

Freud, Sigmund, *El malestar de la cultura*. México, Siglo XXI, 1996

Camus, Albert, *Moral y política*. Buenos Aires, Alianza Editorial, 1984

Camps, Victoria (editora), *Historia de la ética 3. La ética contemporánea*. Barcelona, Crítica 2003.

Dery, Mark, *VELOCIDAD DE ESCAPE, la cibercultura en el final del siglo*. Madrid, Ciruela, 1998.

Foucault, Michel, *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1995

García Roca, Joaquín, "La navegación y la fisonomía del naufragio", en *Ética, ¿un discurso o una práctica social?* Argentina, PAIDÓS, 2001.

Lyotard, Jean Francois, *Moralidades posmodernas*, Agustín Izquierdo (trad). Madrid, tecnos, 1998.

Martín Barbero, Jesús, *Oficio de Cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México, Fondo de cultura económica, 2003

Mishima, Yukio, *Lecciones espirituales para los jóvenes samuráis y otros ensayos*, Martín Raskin (trad). España, Biblioteca La esfera, 2001

- Muñoz Rendón, Joseph, *El libro de las preguntas desconcertantes ser y no ser*. España, PAIDÓS, 1996.
 Roura, Víctor, *Cultura, ética y prensa*. México, Paidós, 2001
 Sánchez Vásquez, Adolfo, *Ética*. México, Grijalbo, 1969
 Savater, Fernando, *Ética para Amador*. Bogotá, Ariel, 1996
 Safranski, Rüdiger, *El mal o el drama de la libertad*, Raúl Gabás (trad). Barcelona, ENSAYO TUSQUETS EDITORES, 2000
 Schlemenson, Aldo, *La perspectiva ética en el análisis organizacional un compromiso reflexivo con la acción*. Argentina, PAIDÓS, 2002
 Sontag, Susan, *Ante el dolor de los demás*, 2da edición. Colombia, ALFAGUARA, 2003
 Wecker, John y Douglas Adeney, *Ética informática y de las ciencias de la información*. Madrid, Fragua, 2000

TEXTOS DE CONSULTA GENERAL

- Aristóteles, *Moral A Nicómaco*. Lima, Universo, 1975
 -Fromm, Erich, *Ética y Psicoanálisis*. Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1995.
 -Freud, Sigmund, *El malestar de la cultura*. México, Siglo XXI, 1996.
 -Roura, Víctor, *Cultura, ética y prensa*. México, Paidós, 2001.
 -Sánchez Vásquez, Adolfo, *Ética*. México, Grijalbo, 1969.
 -Savater, Fernando, *Ética para Amador*. Bogotá, Ariel, 1996.
 Habrá sugerencias de acuerdo con la especialidad de cada curso.

TEXTOS RECOMENDADOS:

- Aranguren, José Luis, *Ética y política*. Madrid, Orbis, 1986
 Axelos, Costas, *Hacia una ética problemática*. Madrid, Taurus, 1975
 Bonete Perales, Enrique, *Éticas contemporáneas*. Madrid, Tecnos, 1990
 Cortina, Adela y Jesús Conill, (directores), *Diez palabras claves en ética de las profesiones*. Navarra, Editorial verbo Divino, 2000
 Díez garcía, Roberto, *Moral ecologista*. México, Panorama Editorial, 1998.
 Dilthey, Wilhem, *Sistema de la ética*. Buenos Aires, Editorial Nova, 1973
 FENAPE, Declaración de principios. Quito, CIESPAL, s/f.
 Falise, Michel y Regnier Jerome, *Pautas para una ética de empresa*. Quito, Ediciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 1987.
 Fiore, Carlo, *La ética en tiempos de la globalización*. Quito, ABYA-YALA, 2000
 Frondizi, Risieri, *¿Qué son los valores?* Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1995
 Guerra Plamero, María José, *Teoría feminista contemporánea*. Una aproximación desde la ética. Madrid, Ed. Complutense, 2001.
 Guisán, Esperanza, *Introducción a la ética*. Ediciones Cátedra, 1995
 Juncoso, José, (edit), *Post-modernidad: preguntas, debates y perspectivas*. Quito, ABYA-YALA, 1998.
 Kart, Emmanuel, *Crítica de la razón práctica*. Madrid, Alianza Editorial, 2000
 Lyon, David, *Posmodernidad*. Madrid, Alianza Editorial, 1994.
 Nietzsche, Friederic, *La genealogía de la moral*. Madrid, Alianza Editorial, 1998
 Proaño Maya, Marco, *EL DERECHO DE AUTOR, un derecho universal*. Bogotá, CECOLDA, 1992
 Queré, France, *La ética y la vida*. Madrid, Acento Editorial, 1994
 Russell, Bertrand, *Sociedad Humana: ética y política*. Madrid, Cátedra, 1993
 Savater, Fernando, *Ética como amor propio*. Barcelona, Grijalbo Mondadori, 1997.
 UNESCO, *Declaración de principios para el ejercicio de la libertad de prensa*. Quito, 1995
 Weil, Peirce, *La nueva ética*. Quito, ABYA-YALA, 1999

DATOS DEL PROFESOR:

León Espinosa Ordóñez
 Oficina: 430
 Teléfonos: Ext. 1893
 Correo electrónico: lespinosa@puce.edu.ec
 Horario de atención:

Aprobado: Deontología y Legislación

 Directora de Escuela

Fecha:-----

Por el Consejo de Facultad:

Decana

Fecha:-----

II.10. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA (Quito): **Deontología**. Pfr. Bolívar Chiriboga (Fecha documento: 28-5-2007)

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PLAN ANALÍTICO**

1. DATOS INFORMATIVOS

a. MATERIA: DEONTOLOGÍA

b. NIVEL: TERCERO

c. CRÉDITOS: DOS

d. PROFESOR: BOLÍVAR EDUARDO CHIRIBOGA SALVADOR.

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura aborda los conceptos fundamentales de la ética profesional; propone una reflexión respecto de la relación entre ética y comunicación; aborda los Principales temas y problemas axiológicos de los comunicadores al igual que los más importantes elementos de un código ético para comunicares. Se propone también una reflexión acerca del derecho a informar y la libertad de expresión. Finalmente, se aborda la Constitución Política y el derecho a la información (Art. 81)

3. Objetivos

Académicos

- Identificar los conceptos claves de la ética profesional.
- Reflexionar respecto de la relación entre ética y comunicación.
- Identificar los principales temas y problemas axiológicos de los comunicadores.
- Establecer los más importantes elementos de un código ético para comunicadores.
- Reflexionar acerca del derecho a informar y la libertad reexpresión.

Laborales

- Comprender que la práctica profesional implica siempre un posicionamiento ético.

Investigativos

- Propiciar la conjugación de la teoría y la práctica a través de la obtención de información, la sistematización y el análisis de experiencias concretas. (estudio de casos).

Praxológicos

- Identificar los dilemas éticos fundamentales a los que se enfrentará al tomar decisiones en su práctica profesional.

4. Contenidos por capítulos

Unidad 1

a. Título: “Conceptos fundamentales de la ética profesional”

b. Descriptor: Se realiza, en primer lugar, un acercamiento a la moral y a la ética como fenómeno social y teoría filosófica respectivamente. A continuación se abordan los temas de la ética y la moral profesional.

c. Número de horas: nueve

d. Temas

- 1.1. La moralidad como fenómeno social.
- 1.2. Distinciones entre moral y ética. Definiciones.
- 1.3. ¿Qué es la ética profesional?
- 1.4. Luces y sombras en los códigos de moral profesional.

1.5. Función de la ética en relación con los códigos de moral profesional.

1.6. Axiología moral del profesional.

Unidad 2:

a. Título: “Ética y comunicación”

b. Descriptor: Se hace un análisis de las implicaciones éticas de la comunicación y sus relaciones con la política.

c. Número de horas: nueve

d. Temas:

2.1. Ética aristotélica y comunicación.

2.1.1. Aristóteles y sus escritos sobre ética y política.

2.1.2. Ética y comunicación humana.

2.2. Ética y deontología de la información.

2.3. Ética e identidad compartida.

Unidad 3:

a. Título: “Principales temas y problemas axiológicos de los comunicadores.

b. Descriptor: Se analiza las relaciones entre ética, política y medios de comunicación en el contexto de los cambios tecnológicos y la globalización. Además, se reflexiona sobre la relación entre ética y estética en los medios de comunicación audiovisual y la ética de la radio y la televisión. Finalmente, se analiza los límites éticos y legales de la investigación con cámara oculta.

c. Número de horas: nueve

d. Temas:

3.1. Ética, política y medios de comunicación.

3.2. La deontología periodística frente a los cambios técnicos y la globalización.

3.3. Ética y estética en los medios de comunicación televisual.

3.4. Ética de la radio y televisión..

3.5. Límites éticos y legales de la investigación con cámara oculta.

Unidad 4:

a. Título: “Principales elementos de un código ético para los comunicadores.

b. Descriptor: Se analizan los principales elementos de un código ético para los comunicadores. Además, se analiza el Art. 81 de la Constitución Política respecto del derecho a informar.

c. Número de horas: nueve

d. Temas:

4.1. Periodistas y decisiones morales.

4.2. Principios éticos en los códigos periodísticos.

4.3. Do ecálogo ético.

4.4. Código europeo de deontología del periodismo.

4.5. Constitución Política y el derecho a la información (Art. 81

5. Estrategias metodológicas

Desde el punto de vista metodológico se procederá a través de tres estrategias:

1. Se mantendrán presentes las características de la acción constructivista .

2. Se realizarán tutorías individuales y grupales.

3. Se trabajará en grupos de aprendizaje cooperativo.

6. Recursos:

Texto de estudio

Hojas de papel

Fólder con bincha

Pizarrón

Marcadores

7. Evaluación

Se realizará una evaluación de los procesos individuales y grupales. En este sentido, se procurará respetar los ritmos particulares de aprendizaje e intereses y la autonomía de los/las estudiantes. La evaluación será, además, sistemática.

8. Bibliografía Obligatoria

ÁLVARES, Carlos: “Ética, política y medios de comunicación”, www.es/publicaciones/latina/aa2000sab/124evelyn..

- GONZÁLEZ, Luis: “Moral y ética, el fenómeno social y la teoría filosófica”, En: *Ética*, Editorial El Búho, Bogotá, 2000, Págs. 19-28.
- GONZÁLEZ, Luis: “Moral y ética, el fenómeno social y la teoría filosófica”, En: *Ética*, Editorial El Búho, Bogotá, 2000, Págs. 277-294.
- GUTIERREZ, Evelyn: “Ética y estética de los medios de comunicación televisual”. En : Revista Latina de Comunicación, N° 28, Abril de 2.000, La Laguna Tenerife, <http://www.ules/publicaciones/latina/aa2000sab/124evelyn.html>.
- NUÑEZ, Mauel (Ponente): “Código europeo de Deontología del Periodismo”, Revista Sala de Prensa N° 24, Octubre, 2000, Año III, Vol. 2.
- PRAT, Gerardo: “límites éticos y legales e la investigación con cámara oculta”, Revista Sala de Prensa N° 19, Mayo de, 2000, Año III, Vol. 2.
- REMENTERÍA, Ariel: “Ética aristotélica y comunicación”, auca.usach.cl/~aremente/vidal.htm
- RIBOREAU, Guy: “La deontología periodística frente a los cambios técnicos y la globalización”, Revista Sala de Prensa N° 51, Enero de, 2003, Año IV, Vol. 2.
- SAN MARTIN, Raquel: “La ética como identidad compartida”, Revista Sala de Prensa N° 64, Febrero de 2004, Año V, Vol. 2.
- URBIBA, Jesús: “Periodistas y decisiones morales”, Revista Sala de Prensa N° 42, Abril de, 2002, Año IV, Vol. 2.
- VILLANUEVA, Ernesto: “Ética y deontología de la información”, Madrid, junio de 1996.
- VILLANUEVA, Ernesto: “Ética de la radio y la televisión: reglas para una calidad de vida mediática”, Revista Sala de Prensa N° 21, Julio de, 2002, Año III, Vol. 2.
- VILLANUEVA, Ernesto: “Principios éticos en los códigos periodísticos”. En : Códigos europeos de Ética Periodística. Un análisis comparativo, Fundación Manuel Buendía/Universidad de Cataluña, México, D.F., 1996.
- ZETA DE POZO, Rosa: “Dodecálogo ético. Camilo José Cela, periodista”, Revista Sala de Prensa N° 39, Enero de 2002, Año III, Vol. 2.

II.11. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR (Quito): **Legislación y Ética de la Comunicación**. Ppres. Marco Villarruel y Roque Rivas. (Fecha documento: 7-5-08)

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ÁREA DE EJERCICIO PROFESIONAL
ASIGNATURA: LEGISLACIÓN Y DEONTOLOGÍA
TERCER SEMESTRE
PARALELOS: SIETE
CARGA HORARIA: 110 HORAS INCLUIDAS TALLERES
CARGA HORARIA SEMANL: 4 HORAS**

Profesores de la Materia:

Lic. Guadalupe Fierro
Lic. Paúl Bonilla
Dr. Fabián Guerrero
Dr. Galo Montalvo

DIRECTOR DEL ÁREA

Lic. Marco Villarruel Acosta

Año Académico

JUSTIFICACIÓN:

De conformidad con el perfil y la personalidad del profesional que forma la FACSO, esta materia tiene por objeto coadyuvar en un ámbito multidisciplinario para que pueda interpretar los problemas globales, sociales, políticos, económicos y sociales y su relación con el país a través de la comunicación social.

El profesional conocerá las teorías, métodos y técnicas del Derecho en lo concerniente a su relación con la Comunicación en base de una formación humanista, ética y de defensa profesional.

OBJETIVOS DE LA MATERIA:

OBJETIVOS EDUCATIVOS

Al concluir la materia de Legislación y Deontología, los estudiantes estarán en capacidad de:

- Reconocer la interrelación entre la sociedad y el Derecho, relacionado con la Comunicación.
- Orientar sus intereses como comunicador relacionados con el área normativa.
- Para abordar los elementos axiológicos que sustentan los procesos de la Comunicación.

OBJETIVOS INSTRUCTIVOS:

OBJETIVOS INSTRUCTIVOS TEÓRICOS:

Al concluir esta materia, estará el estudiante capacitado para establecer las diferentes teorías sobre el origen del Derecho y la evolución de este con relación a la normatividad.

- Podrá señalar la configuración del Estado, su estructura jurídica, el proceso de formación, reforma y derogación de la Ley y la clasificación del Derecho.
- Estará habilitado para reconocer la normativa taxativa relacionada con la responsabilidad, calidad, propiedad de la producción en los diferentes procesos comunicacionales.
- Identificará claramente las normas específicas relacionadas con la defensa profesional, la ética profesional, los valores morales que tiene que ver con los procesos comunicacionales.
- Identificará los valores culturales de nuestra nacionalidad, así como los procesos de aculturación y alineación.

OBJETIVOS INSTRUCTIVOS PRÁCTICOS

- Capacidad para manejar los diferentes textos legales y la normatividad ética y profesional relacionada con la comunicación.
- Podrá desenvolverse como futuro miembro de las organizaciones gremiales, así como diferenciar las diferentes normativas sobre ética periodística, de radio difusión, de televisión, de autorregulación de la publicidad.
- Estará preparado para discernir en la práctica sobre los siguientes temas relacionados con la actuación ética, influencia de los anunciantes, pagos ilícitos, conflicto de interés, amistades, parentescos, quebrantamiento de la ley, el comunicador como participante de la noticia, exactitud, compasión, redacción compromiso político.

CONTENIDOS

La materia se divide en cuatro grandes contenidos que son:

- 1.- La sociedad y el Derecho
- 2.- La normatividad y el Derecho en los procesos comunicacionales.
- 3.- La ética profesionales, la Defensa Profesional
- 4.- La Motivación e importancia de la comunicación y su compromiso con la sociedad.

LA SOCIEDAD Y EL DERECHO

- 1.- Los niveles constitutivos de la sociedad
 - 1.1.- Nivel Económico
 - 1.2.- Nivel Político
 - 1.3.- Nivel Ideológico
 - 1.4.- Nivel Jurídico
- 2.- Diversas teorías sobre el origen del Derecho
 - 2.1.- Teoría Teológica
 - 2.2.- Teoría del Derecho natural
 - 2.3.- Teoría contractualista
 - 2.4.- Teoría Histórica e Ideológica
 - 2.5.- Teoría Sociológica
 - 2.6.- Teoría Positivista
- 3.- Síntesis evolutiva del Derecho en la sociedad
 - 3.1.- La normatividad en la prehistoria
 - 3.2.- La normatividad en la ciudad Estado
 - 3.3.- El Estado estructura jurídica
 - 3.4.- Estructura jurídica en el Ecuador
 - 3.5.- Normatividad en el Ecuador
 - 3.6.- La constitución, los códigos, la ley, las ordenanzas, los reglamentos, los estatutos, las resoluciones, los acuerdos, las disposiciones.
 - 3.7.- La Ley, el proceso formativo de la ley, la vigencia
 - 3.8.- Síntesis de la clasificación del Derecho. Derecho Civil, Derecho Penal, Derecho Público, Derecho Privado, Derecho Sustantivo, Derecho Adjetivo.
 - 3.9.- Los poderes del Estado, organigramas

- 4.- Normas relativas al Ejercicio Profesional. La ética profesional, la axiología de la Comunicación.
 - 4.1.- La constitución, las principales libertades, la libertad de pensamiento y de expresión (principios constitucionales).
 - 4.2.- La Ley de Seguridad Nacional, los limitantes a la comunicación.
 - 4.3.- La ley del periodista profesional, la ley de ejercicio profesional, la ley de radio difusión y televisión. Temas de las estaciones, de la programación, de la responsabilidad, de la propiedad de producción, de las prohibiciones
 - 4.4.- De los delitos tipificados en el código Penal relacionados a la Comunicación. La normativa referente a la publicidad.
- 5.- Deontología
 - 5.1.- Los medios de comunicación social en la sociedad actual (Este tema tiene relación con la materia de Introducción a la Comunicación)
 - 5.2.- El comunicador y la comunicación
 - 5.3.- El comunicador y el Estado
 - 5.4.- El comunicador y la empresa
 - 5.5.- La interpretación
 - 5.6.- La honestidad
 - 5.7.- La responsabilidad
 - 5.8.- El interés colectivo
 - 5.9.- La libertad de prensa
 - 5.10.- Sus límites
 - 5.11.- El nuevo orden informático. La democratización de la información.
 - 5.12.- La veracidad
 - 5.13.- La ecuanimidad
 - 5.14.- El silencio
 - 5.15.- La falsedad
 - 5.16.- La tergiversación
 - 5.17.- Los intereses creados
 - 5.18.- El secreto profesional
 - 5.19.- Las acciones violatorias a la ética profesional, el plagio y el respeto a la propiedad intelectual. El soborno, el cohecho y la extorsión.
 - 5.20.- La omisión de información de interés colectivo.
 - 5.21.- La difamación y la injuria.
- 6.- El Comunicador y la Globalización
 - 6.1.- Las sociedades Internacionales Normativas
 - 6.2.- El periodista y el medio ambiente. La defensa del planeta y la naturaleza.
 - 6.3.- La defensa del ecosistema.
- 7.- Talleres
- 8.- **BIBLIOGRAFÍA**
 1. Constitución Política de la República del Ecuador.
 2. Código Penal
 3. Legislación y Prensa. Franklin Salazar Savinovich
 4. El Medio Radiofónico en la Comunicación Social. Nelson Carvajal.
 5. Diccionario de Derecho Usual. Cabanellas.
 6. Diccionario General del Periodismo. Martínez de Sousa José.
 7. Ética y Colegiación del periodista. Lincon Larrea Benalcázar.
 8. Reflexiones de la Libertad de expresión del pensamiento. Juan Isaac Lovato.
 9. Ley del Periodista Profesional
 10. Ley de radio difusión y televisión
 11. Reglamento General a la Ley de Radio Difusión y televisión.
 12. Ley de publicidad

Los objetivos por unidades, deben planificar cada profesor y presentar a inicios de cada ciclo.

El material didáctico a utilizar es:

Películas, videos, acetatos, franelógrafo, retroproyector de opacos, pizarrón de tiza líquida.

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

LEGISLACIÓN Y DEONTOLOGÍA**Roque Rivas Zambrano**salvataje@yahoo.com**096036276**

Periodo: abril - agosto 2008

Semestre: tercer semestre A y B

Horario: miércoles y jueves

INTRODUCCIÓN

En la sociedad todas las actividades humanas están reguladas por leyes o normas. Por eso el objetivo de esta materia apunta a familiarizar a los estudiantes con el Derecho y la Ética Periodística, más cuando actualmente se está cambiando el marco jurídico del Ecuador. En el desarrollo y tratamiento de los temas hay investigación de campo y también acercamiento con la realidad.

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

Las notas y asistencias se logran de acuerdo con los métodos establecidos por la Facultad de Comunicación Social, es decir, se registran en tres parciales.

Tipo de nota

Primera Nota

Segunda Nota

Tercera Nota

Actividades

Exposición y entrega de resumen del curso

Evaluación escrita

Trabajo aplicado

Cada actividad se califica sobre diez (10). Como tareas adicionales, se proyectan videos sobre los problemas éticos que afronta el periodismo en América Latina y hacen ejercicios de ética.

Las exposiciones se hacen con grupos de dos estudiantes. La evaluación es individual y acumulativa de los temas tratados durante el semestre. El trabajo final busca aplicar la parte teórica y práctica y familiariza a los estudiantes con dos instrumentos muy importantes para el ejercicio profesional: El Código de Ética y la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP). Cada estudiante tiene la obligación de aplicar el Código a cinco medios de comunicación y la LOTAIP a cinco instituciones públicas para establecer el nivel de cumplimiento.

TEMA A TRATARSE Y BIBLIOGRAFÍA REFERIDA**1.- La Sociedad y el Derecho****1.1.-** El hombre como ser social.**1.2.-** La familia como célula social básica.**1.3.-** Significación del término sociedad**1.4.-** Las tesis explicativas del origen de la sociedad.**1.5.-** El Derecho como regulador de la sociedad.**1.6.-** Análisis de los artículos que debate la Asamblea sobre la familia.**BIBLIOGRAFÍA**

JUSTICIA Y DERECHO, Ed. Salvat Tomo 52,

DÍAZ, E. Sociología y Filosofía del Derecho, ED, Madrid,

ANDRADE Galindo, Luis. Hombre, Derecho y Sociedad.

CABANELLAS, Guillermo. Diccionario de Derecho Usual, Ed, Talleres Gráfico,

Facultad de Derecho, Sociedad y su evolución, Bovokin, Autor ruso.

2.- Principales acepciones de Derecho**2.1.-** Definiciones según autores**2.2.-** Definición general**2.3.-** Corrientes del Derecho**2.4.-** Derecho Natural o Consuetudinario.**2.5.-** Derecho positivo

- 2.6.- Derecho objetivo
- 2.7.- Derecho subjetivo.
- 2.8.- Derecho sustantivo
- 2.9.- Los derechos que la Asamblea está legislando.

BIBLIOGRAFÍA

DEL VECCHIO, Jorge. El Concepto de Derecho, Ed, Hijos de Reus, Madrid,
 FOUILLES A, Concepto de Derecho, Ed, Homo,
 GARCÍA Maníes, Eduardo, La definición del Derecho, Ed, Atylo, México.
 CABANELLAS, Guillermo, Diccionario de Derecho Usual, Ed, Talleres Gráfico, Facultad de Derecho.
 DOST, Defe, Enciclopedia Jurídica Omega, TOMO Vil, Ed, Bibliográfica, Argentina.
 HUMEITI Hernán, Tratado de Derecho Civil, Ed, De Derecho Privado, Madrid,
 HENKEL, Heinrich, Introducción a la Filosofía del Derecho, Ed, Taurus, S.A.
 BORDA, Guillermo, Manual del Derecho Civil, Ed, Perrot, Argentina

3.- El Derecho por área de aplicación

- 3.1.- Derecho Constitucional
- 3.2.- Derecho público interno
- 3.3.- Derecho privado interno
- 3.4.- Derecho Administrativo público y privado
- 3.5.- Derecho Financiero público y privado
- 3.6.- Derecho penal
- 3.7.- Derecho Procesa Civil y penal
- 3.8.- Derecho público internacional
- 3.9.- Derecho privado internacional
- 3.10.- Derecho Civil
- 3.11.- Derecho comercial público y privado
- 3.12.- Derecho del Trabajo
- 3.13.- Citar ejemplos de cada caso
- 3.14.- Los derechos que la Asamblea está tratando. El derecho constitucional, el interno público y privado.

BIBLIOGRAFÍA

GOLDSEHMIDT, Warner, Introducción al Derecho, Fac. de Comunicación,
 LATORRES, Ángel, Introducción al Derecho, Ed, Ariel, Barcelona, España

4.- Fuentes del Derecho

- 4.1.- La costumbre
- 4.2.- La jurisprudencia
- 4.3.- La consulta popular o referéndum
- 4.4.- La iniciativa popular
- 4.5.- La ley, definición. Características de la Ley.
- 4.6.- Pasos para la formación y sanción de la Ley.
- 4.7.- Publicación en el Registro Oficial
- 4.8.- La aplicación de la Ley
- 4.9.- Terminación de la Ley.
- 4.10.- Las fuentes que la Asamblea ha usado para su actividad.

BIBLIOGRAFÍA

AUTODIDÁCTICA OCÉANO COLOR. Vol. 2, Sec. 6, Ed. Barcelona, España.
 (Facultad de Derecho)

5.- Componentes de los cuerpos legales y actos que emanan de la Ley.

- 5.1.- Libros, títulos, capítulos, secciones, artículos, inicios, numerales, literales, reglas y causales.
- 5.2.- Disposiciones transitorias y permanentes.
 Aspectos de la actual constitución está cambiando la Asamblea.
 Actos emanados de la Ley
- 5.3.- La citación. El procedimiento.
- 5.4.- La demanda
- 5.5.- Citación judicial
- 5.6.- La notificación.

- 5.7.- La instrucción Fiscal
- 5.8.- La actuación del juez.
- 5.9.- La providencia y la diligencia

BIBLIOGRAFÍA

Código Civil

Código de Procedimiento Civil, Ed, Corporación de estudios y publicaciones.

Código Penal

Código y Procedimiento penal. Ed. Jurídica El FORIM. Quito 2008-05-21 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA, Asamblea Nacional

REGLAMENTO ORGÁNICO DEL CONGRESO, Archivo Legislativo

CABANELLAS, Guillermo. Diccionario jurídico elemental, Ed. talleres gráficos.

6.- Estructura jurídica del Estado

- 6.1.- La Constitución
- 6.2.- La Ley Orgánica
- 6.3.- Las leyes especiales
- 6.4.- Las leyes ordinarias
- 6.5.- Los reglamentos y estatutos
- 6.6.- Decretos Ejecutivos
- 6.7.- Acuerdos Ministeriales
- 6.8.- Ordenanzas
- 6.9.- Resoluciones
- 6.10.- Disposiciones
- 6.11.- Los aspectos de esta estructura que serán cambiados por la Asamblea.

BIBLIOGRAFÍA

Constitución de la República, Asamblea nacional 1998.

AREAS, Iris y Bermúdez Marisela. Estructuras y fuente jurídica del estado.

www.monografias.com.access

CAMAÑO, Eduardo y Kensel Hans. El Santo que la Asamblea Constituyente trae de cabeza. www.mercuriomanta.com

QUISPE, Álvaro, Estructura jerárquica del sistema jurídico normativo.

7.- La organización del Estado

- 7.1.- Formas de Estado: unitaria, federado, confederado
- 7.2.- Separación de las Funciones del Estado
- 7.3.- La Función Ejecutiva
- 7.4.- La Función Legislativa
- 7.5.- La Función Judicial
- 7.6.- Otros organismos del Estado.
- 7.7.- Los tribunales electorales
- 7.8.- Tribunal Constitucional
- 7.9.- Contraloría General del Estado
- 7.10.- Procuraduría General del Estado
- 7.11.- La Defensoría del Pueblo
- 7.12.- Las Veedurías
- 7.13.- Revisar la estructura que está estudiando la Asamblea

BIBLIOGRAFÍA

CONSTITUCIÓN DEL ESTADO, Asamblea Nacional Constituyente.

GALARZA, Izquierdo, Teoría y Praxis del Derecho Político Constitucional Ecuatoriano

MONCAYO, Paco, Geopolítica, poder y seguridad. Ed. Politécnico, ESPE, 1994

8.- Formas de Gobierno y Clases de Repúblicas

- 8.1.- Monarquía
- 8.2.- Republicanismo
- 8.3.- República presidencial
- 8.4.- República parlamentaria
- 8.5.- República monárquica absolutista
- 8.6.- República monárquica constitucional

- 8.7.- República monárquica parlamentaria
- 8.8.- Revisar qué forma de gobierno se plantea en la nueva constitución.

BIBLIOGRAFÍA

MENDOZA, Luis Aníbal, Cívica, Ed. Nueva, Guayaquil,
 ANDRADE Galindo, Alfredo, Hombre, Derecho y Sociedad. Ed, Faso.
 NAVAS Jiménez, Mario, Historia, Geografía y Cívica.
 MONGA YO, Paco, Geopolítica, Poder y Seguridad, Ed Politécnico, ESPE.

9.- Los Derechos Humanos

- 9.1.- Antecedentes
- 9.2.- Los Derechos civiles y políticos
- 9.3.- Derechos económicos, sociales y culturales
- 9.4.- Derechos de los pueblos o los derechos a la solidaridad
- 9.5.- Los derechos de las personas
- 9.6.- Los derechos de la familia
- 9.7.- principales instrumentos nacionales e internacional para vigilancia de los Derechos de las personas.
- 9.8.- Revisar la estructura que se plantea en la nueva constitución.

BIBLIOGRAFÍA

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA
 Declaración universal de los Derechos Humanos, ONU
 PRADO Vallejo, Julio, Los Derechos Humanos. Ed. Universitaria. U. Central.
 ALDHU. Derechos Humanos, sustentos de los procesos democráticos, Ed. ALDHU 1995.

10.- Organismos encargados de la protección de los Derechos Humanos

- 10.1.- Los locales y nacionales, gubernamentales y no gubernamentales
- 10.2.- Tribunal Constitucional
- 10.3.- Comisión de Derechos Humanos del Congreso
- 10.4.- Organizaciones no gubernamentales de Derechos Humanos: ALDHU, CEDHU, APHU.
- 10.5.- Los organismos internacionales:
 - 10.5.1. Organización de las Naciones Unidas a través de su Comisión de los derechos Humanos
 - 10.5.2. La organización de los Estados Americanos, a través de la Comisión y la Carta Interamericanas de los Derechos Humanos.
 - 10.5.3. Revisar qué organismos se proponen en la nueva constitución.

BIBLIOGRAFÍA

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA, Asamblea Nacional
 ALDHU, Justicia y Derechos Humanos. Ed. Fundación Friedrich. Naumann. 1992.

11.- Mecanismos para la protección y la defensa de los Derechos Humanos

- 11.1.- El Hábeas Corpus. ¿Qué es? ¿Ante quién se aplica? Los pasos y procedimientos.
- 11.2.- Recurso de Amparo de Constitucional, los procedimientos para su aplicación.
- 11.3.- El amparo de la Libertad
- 11.4.- Denuncias ante organismos encargados de la defensa y protección de los derechos Humanos.
- 11.5.- Campañas de defensa de los Derechos Humanos
- 11.6.- La nueva constitución mantiene o no estos recursos.

BIBLIOGRAFÍA

ALDHU, Manual de mecanismos para la defensa de los Derechos Humanos, Ed. ALDHU
 LARENAS Serrano, Galo, El Asilo Político y al Refugio, Derechos Humanos, serie Internacional N° 1, Ed. ALDHU a ILDIS, 1993

12.- El control de la información. Concepto.

- 12.1.- La prensa controlada
- 12.2.- La censura ¿qué es?
- 12.3.- La autocensura
- 12.4.- La censura disimulada
- 12.5.- La presión de los anunciantes.
- 12.6.- El ocultamiento de información

- 12.7.- Revisar qué se propone en la nueva Constitución

BIBLIOGRAFÍA

Clark Wasley El Derecho a la Información
Sana Carlos. Derecho a la información y censura.

13.- Ley de Acceso a la Información Pública

- 13.1.- Análisis de los artículos de la ley.
13.2.- Reflexiones sobre la aplicación de esta ley.
13.3.- Se cumple o no se cumple esta ley
13.4.- Revisar qué se propone en la nueva constitución.

BIBLIOGRAFÍA

La ley de Acceso a la Información Pública

14.- La ética periodística

- 14.1.- El Código de Ética de los periodistas ecuatorianos
14.2.- La relación con las fuentes
14.3.- Los regales, giras y prebendas
14.4.- Las noticias inventadas
14.5.- Cuidado con las primicias.
14.6.- Aclaraciones, desmentidas y rectificaciones

BIBLIOGRAFÍA

FENAPE. Código de Ética de los periodistas ecuatorianos
Goodwin Eugene. Por un periodismo independiente, cómo defender la ética

15.- Normas relativas al ejercicio profesional del periodismo

- 15.1.- La disposición constitucional. Lo que se debate en la Asamblea
15.2.- La Ley de Ejercicio Profesional del Periodista. Propuesta de reforma
15.3.- La Ley de Escalafón Profesional
15.4.- Los vacíos legales para el diario electrónico

BIBLIOGRAFÍA

FENAPE. Ley de Ejercicio profesional del Periodista, Estatuto de la Federación, Código de Ética y Reglamento de Elecciones de la FENAPE, Ed. FENAPE.
UNP, Estatuto codificado de la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador, Ed. Imprenta Ediciones Culturales UNP, 1993,
LEÓN, León y Espinosa Simón, Comunicación ética y paz social, Ed. Feso, 1990

16.- Agremiación o Colegiación de los Periodistas

- 16.1.- El Colegio de Periodistas
16.2.- La Federación Nacional de Periodistas y Comunicadores, FENAPECO,
16.3.- La Unión Nacional de Periodistas, UNP,
16.4.- La Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, AER,
16.5.- La Asociación Ecuatoriana de Canales de Televisión
16.6.- La Asociación Ecuatoriana de Editoras de Periódicos,
16.7.- Asociaciones de Periodistas Deportivos, taurinos, agropecuarios y de turismo,
16.8.- La Asociación de Corresponsales de Defensa,
16.9.- Los tribunales de honor
16.10.- Comité de Protección de los Periodistas (CPJ). Con sede en Nueva Cork,
16.11.- Club Ultramarino de Prensa (OPC), con sede en Puerto Rico.

BIBLIOGRAFÍA

LEY DE EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTA, Colegio de Periodistas de Pichincha,
ESTATUTO CODIFICADO DE LA UNIÓN NACIONAL DE PERIODISTAS (UNP).
TORRES, Yolanda, Situación Legal del Periodista, FACSO
Libertad de prensa en América Latina. Oficina Regional en Buenos Aires. 17.11
Asociación Mundial de Periódicos

17.- Organizaciones clasistas internacionales

- 17.1.- La Federación Latinoamericana de Periodistas, FELAP Presidente el mexicano Luis Suárez
- 17.2.- Organización Internacional de Periodista, OIP
- 17.3.- Federación Internacional de Periodistas, FIP, con sede en Bruselas
- 17.4.- Organización Internacional Reporteros sin Fronteras, con sede en París.
- 17.5.- Sociedad Interamericana de Prensa, SIP
- 17.6.- Organización Internacional de los Editores de Diarios (FIEJ)
- 17.7.- Centro Latinoamericano de Periodismo, adscrita al Centro Internacional de Prensa, Sede en Miami.
- 17.8.- El Instituto Internacional de la Prensa (IPI), con sede en Viena
- 17.9.- “Freedom Forum”, entidad estadounidense dedicada a estudios.

Reglas para los estudiantes

Al inicio del semestre se explica a los estudiantes los procedimientos y las reglas a seguir. Se les comenta los métodos que se siguen para las notas y el registro del sistema. Se les advierte que el incumplimiento de las responsabilidades que se les asignan pueden afectar sus calificaciones.

II.12. UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK (Quito): **Ética Periodística y Deontología Profesional**. Ppres. Paúl Mena e Isabel Vohringer. (Fecha documento: 20-3-2007)

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Año académico: 2004-2005
 Curso: Primero
 Semestre: Segundo
 Asignatura: Ética Periodística
 Docente: Paúl Mena

Presentación de la Materia

La asignatura “Prensa, intimidad y honor” toca la ética periodística como base del trabajo de todo periodista y da herramientas a los estudiantes para saber enfrentar dilemas éticos durante el ejercicio de la profesión. La materia responde a la necesidad de la sociedad ecuatoriana de tener un periodismo ético, que sustente su accionar en valores, pero también responde a la necesidad de los periodistas de obtener credibilidad en la ciudadanía.

La materia será abordada mediante una constante interacción con los estudiantes que tope lo teórico y lo práctico, y que ponga a los alumnos en casos concretos donde la prensa, intimidad y honor están en juego.

Objetivos

General: Conseguir que el estudiante asuma para sí los valores éticos que deben regir el ejercicio profesional.

Específicos:

- Entregar al estudiante las herramientas necesarias para conocer cómo se conjugan la libertad de expresión y la ética periodística en el trabajo profesional.
- Identificar los dilemas éticos y cómo estos son percibidos por los medios de comunicación.
- Vincular al estudiante en la necesidad de un trabajo periodístico con un claro compromiso ético.

Temas a tratar

La materia se dividirá en tres capítulos

- Libertad y responsabilidad
- Exactitud e imparcialidad
- Independencia

Estos tres capítulos abarcarán temas como:

Libertad de expresión y acceso a la información

Ética periodística, leyes y códigos de ética

Valores éticos

La objetividad y la imparcialidad

¿Qué es un dilema ético?

Ética y salarios de los periodistas

Ética y urgencia de la noticia

Ética y presiones en los medios de comunicación

Mentir para conseguir información

La cámara oculta

La vida privada como noticia

Ética y autocensura

Metodología

Primero se ubicarán los conceptos básicos de la materia, a partir de lo cual se abordarán cada uno de los tres capítulos anotados en base al estudio constante de casos de estudio sobre dilemas éticos reales, que serán expuestos en video y por material escrito, facilitados por el docente. Además se efectuarán trabajos prácticos y de campo para descubrir qué tipo de tratamiento ético dan los medios de comunicación a temas de coyuntura. De igual forma, se facilitarán lecturas para los estudiantes.

Proyectos o productos

En la segunda mitad del semestre se pedirá a los estudiantes efectuar un trabajo de campo, que consistirá en dar seguimiento a cómo los periodistas de diversos medios de comunicación del país cubren e informan sobre una noticia de coyuntura. Allí, los estudiantes deberán aplicar lo tratado en la materia, y para la presentación del trabajo de campo podrán efectuar productos escritos, de radio o video.

Evaluación

Primera nota parcial (20%) (1 Abril)

Tareas, consultas, exposiciones	25%	
Participación en clase		25%
Trabajo de campo (24 Marzo)	25%	
Primera evaluación (24 Marzo)	25%	

Segunda nota parcial (20%) (6 Mayo)

Tareas, consultas, exposiciones	25%	
Participación en clase		25%
Trabajo de campo (29 Abril)	25%	
Segunda evaluación (29 Abril)	25%	

Tercera nota parcial (20%) (10 Junio)

Tareas, consultas, exposiciones	25%	
Participación en clase		25%
Trabajo de campo (3 de Junio)	25%	
Tercera evaluación (3 Junio)	25%	

Examen final (40%)

Recursos de apoyo

En varias clases se va a requerir de una televisión y un VHS, pues se dispone de abundante material de video para la presentación de los casos de discusión sobre dilemas éticos. Además se requerirán copias de los textos que provea el docente.

Bibliografía

De consulta en la biblioteca de la UISEK

Periodismo de Investigación, Gerardo Reyes

Periodismo, noticia y noticiabilidad, Stella Martín

Comunicación masiva: discurso y poder, Jesús Martín Barbero

Ética, comunicación y códigos del periodismo, Luis López Forero

De consulta fuera de la UISEK

Ética para Amador, de Fernando Savater.

Códigos de ética periodística de la UNESCO, de la Federación Internacional de Periodistas, y del Colegio de Periodistas de Pichincha.

La Declaración de Chapultepec.

Código de Ética de los medios de información, por Robert Steele y Jay Black

Límites éticos y legales de la investigación con cámara oculta, por Gerardo Pratt

Las verdades de Javier Darío Restrepo, por Oscar Domínguez

Reporteros encubiertos, por Charles Green
 Un recorrido por el campo minado de la ética, por Tran Ha.
 La prensa, la publicidad y las presiones económicas, por Louis Day
 El conflicto de intereses, por Manuel González Pino
 El New York Times por dentro, por J. Jesús Esquivel
 Alegato en defensa de la Libertad de Expresión, Rodrigo Fierro. Quito, 2003.
 Ética, calidad y empresa periodística en América Latina, Corporación Andina de Fomento-Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, México, 2003
 Ética para periodistas, de Javier Darío Restrepo
 Consultorio ético de la página web de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
 Página web del Centro Internacional para Periodistas
 Revista Chasqui, CIESPAL
 Página web del Pointer Institute y del Institute for Global Ethics

Salidas de campo

La principal salida de campo será la explicada en el tópico productos o proyectos. Serán tres o cuatro salidas a ruedas de prensa, fuentes periodísticas para determinar cómo se cubre una noticia de coyuntura en términos de ética periodística. Además se pueden considerar salidas para asistir a foros, charlas, películas que tengan alguna relación con la ética periodística.

Actividades de extensión

Al final del semestre se efectuará un foro sobre ética periodística al cual se invitará a jefes de redacción y periodistas de varios medios de comunicación. A dicho foro se podría invitar a otros cursos de la Facultad.

Cronograma de trabajo

Semana	Tema
Primera, jueves 3 y viernes 4 de marzo de 2005	Explicación general de la materia, introducción a los conceptos de Libertad de expresión, y derecho de acceso a la información
Segunda, jueves 10 y viernes 11 de marzo	Ética periodística, códigos de ética, valores éticos, objetividad, imparcialidad
Tercera, jueves 17 y viernes 18 de marzo	¿Qué es un dilema ético?
Cuarta, jueves 24 y viernes 25 de marzo	Libertad y responsabilidad. Estudio de casos
Quinta, jueves 31 de marzo y viernes 1 abril	Libertad y responsabilidad. Estudio de casos
Sexta, jueves 7 y viernes 8 de abril	Exactitud e imparcialidad. Estudio de casos
Séptima, jueves 14 y viernes 15 de abril	Exactitud e imparcialidad. Estudio de casos
Octava, jueves 21 y viernes 22 de abril	Independencia. Estudio de casos
Novena, jueves 28 y viernes 29 de abril	Independencia. Estudio de casos
Décima, jueves 5 y viernes 6 de mayo	Trabajo de campo
Undécima, jueves 12 y viernes 13 de mayo	Trabajo de campo
Duodécima, jueves 19 y viernes 20 de mayo	Foro sobre ética periodística
Decimotercera, jueves 26 y viernes 27 de mayo	Evaluación del foro y del trabajo de campo
Decimocuarta, jueves 2 y viernes 3 de junio	Reforzamiento de conceptos
Decimoquinta, jueves 9 y viernes 10 de junio	Examen final y evaluaciones

Universidad Internacional SEK Facultad de Comunicación Social

Syllabus de la asignatura: Deontología Profesional
 Año Académico: 2004-2005
 Semestre: segundo
 Curso: tercer
 Profesor: Lic. Vohringer Isabel

Introducción orientadora:

Siempre que se habla de la ética periodística surge un sinnúmero de controversias entorno a la misma definición de ética. La discusión excede los objetivos de la materia, en tanto es aportes para la reflexión, centrados en los aspectos relacionados con lo que se encuentra en los medios de comunicación masiva.

Según teóricos la cuestión ética surge de la pregunta: ¿qué debo hacer?, es decir se ocupa del obrar humano, de las acciones del hombre.

Es una cuestión a la que nos enfrentamos a diario, que debo hacer de mi vida, como tengo que conducirme, cual es el accionar correcto, tanto en relación a mi mismo como en relación a los demás.

Como individuos y como sociedad vamos construyendo nuestra ética, es decir el conjunto de valores y normas morales, creencias y costumbres que rigen nuestras vidas.

Cuando nos situamos en el ámbito de los medios masivos de comunicación nos formulamos una serie de cuestiones que involucran un dilema acerca de cómo debemos o deberíamos actuar como público de los medios. Cuando hablamos de la veracidad de la información: ¿qué estamos pidiendo? ¿qué la noticia contenga todos los datos, sin importar si hay menores involucrados, si se invade la privacidad de las personas, o se pone en duda su honor? ¿qué estamos pidiendo?.

Objetivo:

Contribuir a la formación de los alumnos para que a la hora de ejercer en un espacio comunicativo se encuentren en condiciones de desarrollarse profesionalmente y poner en práctica valores propios de los seres humanos.

Metodología de enseñanza:

El proceso de enseñanza aprendizaje partirá de la presentación de situaciones de aprendizajes que pueden ser: Clases expositivas de introducción a una temática, clases/debates, trabajos en grupo, individuales, clases/ videos, exposiciones audiovisuales, etc. Utilizando estrategias y recursos que permitan la apropiación del conocimiento, el desarrollo de habilidades y destrezas que impliquen discusión, dialogo y participación.

Apuntando a la creación de un espacio de intercambio de intereses y motivaciones por parte de alumnos y docente.

En un proceso de investigación como la indagación de información, procesamiento de la misma y presentación a través de soportes tecnológicos.

La evaluación del aprendizaje: El proceso de evaluación contara con criterios definidos, es decir, que se evalúa:

Comprensión de la pregunta

Precisión en la explicación de conceptos

Pertinencia

Interrelación de conceptos

Precisión en el uso correcto del lenguaje técnico

Solvencia en el análisis y la contextualización

Claridad y organización en la exposición de ideas

Competencia lingüística (redacción, ortografía)

Por otro lado, se incluye la asistencia, la puntualidad, la participación en clase que se evalúa permanentemente. La evaluación será sistemática, es decir existen exámenes orales o escritos. Se incluye una evaluación integral, es decir puntualizando valores humanos de respeto, confianza. Será además una evaluación gradual y orientadora, es decir las observaciones hechas apelan a una revisión de conductas, todo ello con el fin de lograr una evaluación crítica, reflexiva, en la que se incluya una coevaluación y autoevaluación.

Contenidos:

- ❖ La ética y la persona
 - Definiciones y alcances
 - La persona como ser histórico, creador de valores.
 - La ética informativa
- ❖ Derechos humanos e información
 - Derechos fundamentales del ser humano
 - La información como derecho fundamental.
- ❖ La ética profesional
 - Ética general y especial.
 - La práctica ante el deber.
 - La competencia responsable.
 - La norma ideal respecto del comportamiento.
- ❖ La influencia del contexto sociocultural.
 - La información como control social.
 - Sentidos de la función de informar.
 - Valoraciones.
- ❖ La libertad de expresión y publicidad
 - Derechos que implica.
 - Manipulación de mensajes.

- Veracidad, autenticidad, tergiversación.
- ❖ El secreto profesional del periodista comunicador
 - Como derecho y como deber profesional.
 - Definición alcance y valoración.
- ❖ Verdad, objetividad y exactitud informativa
 - Diferencias, alcances y valoraciones.
 - Análisis de conceptos.
 - Objetividad/subjetividad, exactitud/parcialidad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Goowin, Eugene. Por un periodismo independiente. Bogotá, Tercer Mundo, 1994.
- Ildis, otros. Conozcamos nuestros derechos, Quito, Ciudad, 1998.
- Costales, Patricia, Doc.Familia y derechos humanos, Quito, Municipio de Quito, 1999.
- Serrano, Helga, Técnicas de enseñanza del periodismo, México, Trillas, 1997.
- Reyes, Gerardo, Periodismo de investigación, México, Trillas, 1996.
- Aler, Cómo incidir en la opinión pública, Quito, Aler, 1997.
- Gomez, Luis A, Opinión pública y medios de difusión, Quito, Ciespal, 1982.
- Schenkel, Peter, Comunicación y cambio social, Quito, Ciespal, 1991.
- Zecchetto, Victorio, Comunicación y actitud crítica, Quito, OCCIC-AL, 1996.
- Araujo, Cremilda, El rol del periodista, Quito, Ciespal, 1992.
- Varios autores, América-Europa 500 años para la radio, Quito, Ciespal, 1992.
- Menesser Zuly, Análisis de los medios de comunicación, Quito, Ciespal, 1992.
- Pérez, Jaime SJ, La Comunicación social en el magisterio de la Iglesia, Quito, 1997.
- Pizarro, Alejandro, La guerra de las mentiras, Madrid, Eudema, 1991.
- Varios autores, La familia en la perspectiva del año 2000, influencia de los medios de comunicación, Bogotá, Conaced, 1996.
- Tortón de la Calle, Francisco, El problema es...el cine, Bogotá, Ed.Paulinas, 1988.
- Campos, Luis, Códigos para una antropología de la liberación, Bogotá, Ed. Paulinas, 1996.
- Rey, Germán, otros, TV, intoxicación o comunicación, Bogotá, Ed. Paulinas, 1987.
- Varios autores, Análisis y producción de mensajes televisivos, Quito, Ciespal, 1990.
- Documentos Pontificios. Decreto sobre los medios de comunicación social, Ed. Paulinas.
- Herran, Teresa, Tutela, periodismo y medios de comunicación, Bogotá, Frescol, 1993.
- Proaño, Luis E, Comunicación y política, Quito, Ciespal, 1979.
- Bonilla, Jorge, Violencia y medios de comunicación, México, Trillas, 1995.
- Gonzales, Silvia, El ejercicio del Periodismo, México, Trillas, 1997.

II.13. UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS (Quito): **Ética Periodística**. Pfra. Amelia Ribadeneira. (Fecha documento: 20-3-2007)

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS CARRERA DE PERIODISMO

Materia: Ética Periodística

Profesora: Amelia Ribadeneira

Correo electrónico: ameliecuador@yahoo.es

OBJETIVOS

46. Dotar a los y las estudiantes de nociones básicas de la ética en general
47. Dotar a los y las estudiantes de conocimientos sobre la ética periodística
48. Desarrollar destrezas en los y las estudiantes para que sepan cómo proceder en determinados momentos de su vida profesional, en donde se planteen dilemas éticos

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Agejas, José Angel y Serrano Oveja, Francisco José, Ética de la Comunicación y de la Información, 2002
- Savater, Fernando, El valor de elegir, 2004
- Malcom, Janet, El periodista y el asesino 2004
- Restrepo, Javier Darío, El Zumido y El Moscardón, 2004

BIBLIOGRAFÍA SECUNDARIA

- Grijelmo Alex, El Estilo del Periodista, 2002

Artículos de periódicos, revistas y páginas web sobre ética.

METODOLOGÍA

- Las clases serán interactivas, de debate y reflexión entre la profesora y los y las estudiantes
- Se aplicará la materia a casos periodísticos de dominio público
- Se realizarán controles de lectura y pruebas reflexivas sobre los temas
- Exámenes escritos sobre los conceptos y los temas de la materia.
- El examen final será un ensayo sobre un caso de ética periodística y una prueba escrita sobre conceptos

EVALUACIÓN

Controles de lectura	15 %
Prueba de cátedra I	25 %
Prueba de cátedra II	25 %
Ensayo final	35 %

DESARROLLO DE CONTENIDOS

Sesiones	Contenido
1-2	Concepto de ética y deontología desde la comunicación
3-4	La ética como ciencia y como posibilidad humana
5-6	La libertad como una acción humana
7-8	La conciencia moral
9	Primera prueba de Cátedra
10-14	La ética y el periodismo
15-16	Información, desinformación e información falsa
17	Manipulación de la información
18	Charla de un profesional del periodismo para que hable de su experiencia
19-22	Análisis de casos públicos
23-24	La ignorancia en el ejercicio del periodismo como un problema ético
25	Cuál es el trato ético que se debe dar a las fuentes de información
26-27	Cómo debe un periodista tratar la información de temas humanos: violación de derechos, violencia urbana, violencia familiar, derecho a la privacidad
28-31	Los códigos de Ética latinoamericano y ecuatoriano
32	Examen Final

II.14. UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO (Quito): **Leyes y Ética de la Comunicación**. Pfr. Eric Samson.
(Fecha documento: 3-agosto-2007)

COM450-1: "LEYES Y ETICA DE LA COMUNICACION"

Profesor: Samson Eric

Horario: MJ14:30-16

Aula: M217

Descripción y Objetivo

Este curso expone los principales conflictos de la profesión periodística y de la comunicación, mediante una clara deontología general y unos principios éticos aplicables al quehacer profesional. Así mismo se estudian las leyes que amparan la intimidad y el respeto de las personas e instituciones, las normativas legales de nuestro estado, las leyes sobre propiedad intelectual y de derechos de autor. Se provee al estudiante de las herramientas necesarias para evitar juicios por calumnia, difamación y mala información.

Objetivos específicos:

1. Establecer los límites de la libertad personal y profesional.
Ayudar a los estudiantes a establecer sus límites deontológicos.
2. Dar a los estudiantes las herramientas filosóficas y organizacionales para resolver casos éticos.
3. Definir los ámbitos en los cuales el periodista, el publicista y el comunicador organizacional pueden ser flexibles con los códigos. Analizar casos en los cuales comunicadores han incurrido en faltas éticas.
4. Conocer los códigos deontológicos internacionales y la legislación ecuatoriana en materia de libertad de prensa, derechos y deberes de los comunicadores sociales (periodistas, comunicadores organizacionales,

publicistas).

Evaluación

Test de lectura y tareas 1 y 2. 10%

Ejercicios (análisis escrita de casos). 40%

Participación en debates y defensa oral de casos. 10%

Proyecto Final en grupo (10% investigación, 10% informe y conclusiones). 20%

Examen medio semestre. 20%

Contenido

Agosto 31 Presentación del curso y del Syllabus. Ética y Moral. Una preocupación contemporánea. Definiciones y diferencias. Lo legal versus lo ético. Discusión caso 1. Resolver casos éticos. El legalismo moral. Modelos de decisión. Ejercicio en clase con el caso 2. Provisto por el instructor. Tarea 1 (casa). Lectura : "Mass Communication Ethics" pp. 25-33, pp. 37-45 (Pierre Abelard, Santo Tomás de Aquino, Francis Bacon), pp. 47-62 (Maquiavelo, Tomás Hobbes, Voltaire, Rousseau).

Septiembre 5, 7 Entrega y discusión tarea 1. Resolver casos éticos: "Moral Reasoning", el modelo del "Poynter Institute", "The Day Rule" (Contexto, bases filosóficas, pensamiento crítico). Discusión caso 3. Fundaciones filosóficas: Grecia - Platón Aristóteles. -Su filosofía y posibles aplicaciones para la resolución de casos éticos. El "Bien", la "Virtud", el "Deber" hacia la verdad. Discusión caso 4. Lectura: "Mass Communication Ethics" pp. 67-98, (Spinoza, Kant, Stuart, Mill, Schopenhauer, Durkheim).

Septiembre 12, 14 Septiembre 14: Test de lectura 1. Corrección. Principios filosóficos y éticos de presentadores de la Edad Media y Renacimiento. Su posible aplicación en la resolución de casos éticos. Discusión caso 5. Presentación y discusión en clases del caso 6, provisto por el instructor. Lectura: "Mass Communication Ethics" pp. 101-137 Influencias modernas y post-modernas: Jean-Paul Sartre, Ayn Rand, Lawrence Kohlberg, la tradición judeo-cristiana, Michel Foucault, Jean Baudrillard.

Septiembre 19, 21 Resolver casos éticos siguiendo los principios filosóficos de Spinoza, Kant. Stuart Mill, Schopenhauer, Durkheim). Discusión en clase caso 7. Tarea 2: Encontrar los principales textos deontológicos que amparan a la comunicación social. Traerlos para la clase del 28 de septiembre con un resumen escrito de sus principales características.

Septiembre 26, 28 Sept. 26: Test de lectura 2. Corrección. Sept. 28. Entrega Tarea 2. Evitar problemas éticos. Las virtudes del comunicador: curiosidad, veracidad, coherencia, honestidad, competencia, rigor, seriedad, responsabilidad y crítica. El comportamiento profesional del buen comunicador social: precisión, verdad y doble chequeo de fuentes. Los derechos y deberes del comunicador social: introducción a los principales códigos deontológicos y principios fundamentales (ART. 19 de la declaración universal de los derechos humanos de las Naciones Unidas, convención americana para la protección de los derechos humanos y otros). Estudio de los principales códigos deontológicos para Periodismo, Comunicación Organizacional y Publicidad. Estudio y debate caso 8.

Octubre 3, 5 Los principales problemas éticos: difamación, privacidad, figuras pública, plagio, sensacionalismo, conflicto de interés, cámaras escondidas, esconder su identidad, desinformación, mensajes ocultos, manipulación de elementos visuales, etc. Estudio.

Octubre 10, 12 La constitución y las leyes ecuatorianas. Derechos y deberes de los comunicadores. Estudio de los contenidos de la ley de transparencia y acceso a la información con invitado(s). Nota: fecha tentativa según disponibilidad de los invitados.

Octubre 17, 19 Octubre 17: Examen Medio Semestre. Octubre 19: Corrección y debate. Definición del Proyecto Final (Medios ecuatorianos y ética). Organización de grupos de trabajo. Ejercicio 1: preparación escrita del caso 1.

Octubre 24, 26 Ética en Periodismo. Consideraciones generales y defensa oral del caso 1. Ejercicio 2: preparación escrita del caso 2.

Octubre 31 Ética en periodismo. Consideraciones generales y defensa oral del caso 2. Ejercicio 3. preparación escrita del caso 3. Noviembre 2: vacación.

Noviembre 7, 9 Ética en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Consideraciones generales y defensa oral del caso 3. Ejercicio 4: preparación escrita del caso 4.

Noviembre 14, 16 Ética en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. Consideraciones generales y defensa oral del caso 4. Ejercicio 5: preparación escrita del caso 5.

Noviembre 21, 23 Entrega informe preliminar del Proyecto Final en grupo. Ética en el ámbito de la Radio y de la Edición. Consideraciones generales y defensa oral del caso 5.

Noviembre 28, 30 Ética en el ámbito de la televisión y el mundo del entretenimiento. Consideraciones generales. Caso 6: Resolución express en clase.

Diciembre 7 Diciembre 5. vacación. Ética en internet. Derechos de autor. Fuentes. Consideraciones generales.

Diciembre 12, 14 Entrega Proyecto Final y debates en clase. Exámenes Finales: 16-21 de Diciembre.

Texto

Z. Leslie, Larry. "Mass Communication Ethics." USA: Houghton Mifflin, 2000.

Bibliografía

Aznar, Hugo. "Comunicación Responsable". España: Ariel Comunicación, 1999.

Bel Mallen, Ignacio, Corredoira, Loreto y Alfonso. "Derecho de la Información". España, Ariel, 2003.

Wilber, Rick & Miller, Randy, "modern Media Writing." USA. Thomson Wadsworth, 2003 (Cap. 14 y Apéndice A).

Rich, Carole. "Writing and Reporting News." USA. Thomson Wadsworth, 2003 (Cap. 15, 16 y 17).

Stephens, Michell. "Broadcast News, Third Edition" USA. Thomson Wadsworth, 1993 (Capítulo 18).

Políticas del curso

Cada semana de clase se divide en dos partes, una parte teórica y de debate sobre casos éticos provistos por el instructor. Debido a la naturaleza muy personal de las decisiones éticas, los trabajos y ejercicios se realizarán de manera individual, salvo el proyecto final sobre la ética profesional de los medios y profesionales ecuatorianos de la comunicación (Periodismo, Comunicación Organizacional, Publicidad). Los celulares se apagarán en clase. Los estudiantes pierden una letra en la nota final si pierden 3 clases de manera no justificada. Asistencia: La asistencia a clases es obligatoria. Por esta razón, la asistencia y puntualidad serán consideradas como parte de la nota, de acuerdo con la siguiente política del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas: a) El/la estudiante tendrá un atraso si llega 5 minutos después de la hora de inicio de la clase. b) Los/las estudiantes deberán justificar toda ausencia con anticipación ante su profesor/a. c) Tres ausencias injustificadas serán sancionadas con la disminución de una letra de la nota final. d) Los/las estudiantes deberán justificar toda ausencia con anticipación ante su profesor/a. En el caso de que el profesor no se encuentre en el aula a la hora de inicio, los estudiantes deben esperarlo por 15 minutos. Si después de dicho tiempo no han recibido ninguna notificación, los estudiantes firmarán una hoja de asistencia y se la entregarán al/la administrador/a del Colegio, al Decanato o al coordinador de área y luego podrán retirarse.

Política sobre Deshonestidad Académica Todo plagio será castigado según el Código de Honor de la USFQ.

Horas de Oficina

ERIC SAMSON Edificio Miguel de Santiago, of MS305 Telf: 2971700 ext. 1563, 099702678, casa: 2506470 Horario de atención a estudiantes: Lunes, martes, miércoles, jueves: 11h00-13h00 E-Mail: eric@usfq.edu.ec ; esamson@ecnet.ec

Otros

Eric Samson Máster en Periodismo Digital de la Universidad Autónoma de Madrid (España, 2003). Licenciado en Periodismo y Ciencias de la información de la Universidad de Estrasburgo (Francia, 1981). Diez años de televisión en los canales France 2 y France 3, así como en varias productoras privadas. Desde 1989, Corresponsal para la Comunidad Andina de Naciones de Radio Francia Internacional, Radio Francia, Radio Canadá y la Radio Suisse Romande. Corresponsal de los diarios franceses "La Croix", "Journal du Dimanche" y del diario de Ginebra "Le Temps". Corresponsal para Ecuador de la organización Reporteros Sin Fronteras. Profesor de Radio del Ciespal. Corresponsal de TV 5 y Colaborador de la cadena pública de televisión France 2. Presidente Asociación de la Prensa Extranjera en el Ecuador (2005/2006)

II.15. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE SANTO DOMINGO (Santo Domingo de los Tsáchilas): **Deontología y Legislación**. Pfra. Martha Luz Forero. (Fecha documento: 3-agosto-2007)

Pontificia Universidad Católica del Ecuador



M. Izález Portela. Universidad Complutense de Madrid, 2008.

Sede Santo Domingo

Escuela de Comunicación Social

DATOS INFORMATIVOS:

MATERIA: DEONTOLOGÍA Y LEGISLACIÓN
CÓDIGO: CS0802
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL
PROFESOR:
NIVEL: **OCTAVO**
CRÉDITOS: 2
SEMESTRE:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

La finalidad de este curso es proporcionar a las/los estudiantes los elementos éticos y legales para un ejercicio transparente de la comunicación con un enfoque interdisciplinario. Destaca la importancia de la práctica del periodismo en las sociedades contemporáneas

OBJETIVOS:

1. Presentar principios para procurar una formación integral en la actividad profesional
2. Promover entre los estudiantes el ejercicio de valores y su uso en la vida cotidiana
3. Responder a las demandas éticas en la práctica comunicacional
4. Incorporar en el curso los temas y problemas actuales que se debaten en el mundo alrededor de la ética y la comunicación
5. Integrar los principios humanistas establecidos por la PUCE y enfatizar su importancia en la adquisición del conocimiento y en la práctica de las instituciones

CONTENIDOS:

Semana 1:

Introducción a la Ética

Semana 2 y 3:

Nociones y conceptos de Ética. Principales concepciones

Semana 4 y 5:

Introducción a la Deontología. Concepto y su relación con la Ética.

La deontología periodística para la UNESCO.

Semana 6:

Los valores: origen, conceptos, contenidos

Semana 7:

Análisis de la película *Baraka*

Semana 8:

Ética y medios de comunicación

Semana 9:

Los códigos deontológicos y los medios de comunicación

Semana 10:

Normas constitucionales relacionadas con la comunicación

Análisis de la película *La memoria de los muertos*

Semana 11 :

Los derechos humanos, las garantías constitucionales en el ámbito de la comunicación.

Semana 12:

Conceptos básicos de Derecho. Análisis de principios que contienen aspectos influyentes de la comunicación.

Análisis del documental *Los espigadores*

Semana 13:

Propiedad intelectual y derechos de autor

Semana 14:

Códigos de ética de los medios impresos y audiovisuales. Función de los Tribunales de honor

Análisis de la película *Tinta Roja*

Semana 15 y 16:

Incorporación en el ámbito social de las nuevas formas comunicacionales y su incidencia en la sociedad contemporánea.

Análisis de la película *El informante*

Semana 17: Síntesis y revisión de contenidos

METODOLOGÍA:

La cátedra se desarrollará mediante el sistema de conferencias impartidas por el profesor y la participación activa de los estudiantes a través debates sobre planteamientos de autores, exposiciones en grupos y análisis de casos apoyados en lecturas de textos actualizados e interdisciplinarios relacionados con la práctica profesional. El estudio de los contenidos tendrá material didáctico diverso que incluye la exhibición de películas.

EVALUACIÓN:

Paralelo 1:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 24 de marzo de 2008

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 21 de abril de 2008

Tercer parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 26 de mayo de 2008

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 20 puntos. 2 de junio de 2008

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

Paralelo 2:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 26 de marzo de 2008

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 23 de abril de 2008

Tercera parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 28 de mayo de 2008

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 5 puntos. 3 de junio de 2008

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

Paralelo 3:

Primer parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 25 de marzo de 2008

Segundo parcial: Prueba escrita sobre 10 puntos. 22 de abril de 2008

Tercera parcial: Trabajo de investigación sobre 5 puntos. 27 de mayo de 2008

Cuarto parcial: Exposiciones en grupos sobre 5 puntos. 4 de junio de 2008

Examen final sobre 20 puntos. En la fecha asignada en Secretaría

ENTREGA DE NOTAS EN SECRETARÍA:

Primer parcial: 31 de marzo de 2008, 1 y 2 de abril de 2008

Segundo parcial: 29 y 30 de abril de 2008

Tercer parcial: 7 de junio de 2008

Nota final: en el plazo asignado por Secretaría

BIBLIOGRAFÍA:

TEXTOS DE LECTURA OBLIGATORIA:

Aladro Vico, Eva, *Teoría de la información y la comunicación efectiva*. Madrid, Editorial Fragua, 1999.

Aristóteles, *Moral A Nicómaco*. Lima, Universo, 1975

Barroso, Porfirio y María del Mar López Talavera, *La libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*. Madrid, Editorial Fragua, 1998

Fromm, Erich, *Ética y Psicoanálisis*. Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1995

Freud, Sigmund, *El malestar de la cultura*. México, Siglo XXI, 1996

Camus, Albert, *Moral y política*. Buenos Aires, Alianza Editorial, 1984

Camps, Victoria (editora), *Historia de la ética 3. La ética contemporánea*. Barcelona, Crítica 2003.

Dery, Mark, *VELOCIDAD DE ESCAPE, la cibercultura en el final del siglo*. Madrid, Ciruela, 1998.

Foucault, Michel, *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1995

García Roca, Joaquín, "La navegación y la fisonomía del naufragio", en *Ética, ¿un discurso o una práctica social?* Argentina, PAIDÓS, 2001.

- Lyotard, Jean Francois, *Moralidades posmodernas*, Agustín Izquierdo (trad). Madrid, tecnos, 1998.
- Martín Barbero, Jesús, *Oficio de Cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México, Fondo de cultura económica, 2003
- Mishima, Yukio, *Lecciones espirituales para los jóvenes samuráis y otros ensayos*, Martín Raskin (trad). España, Biblioteca La esfera, 2001
- Muñoz Rendón, Joseph, *El libro de las preguntas desconcertantes ser y no ser*. España, PAIDÓS, 1996.
- Roura, Víctor, *Cultura, ética y prensa*. México, Paidós, 2001
- Sánchez Vásquez, Adolfo, *Ética*. México, Grijalbo, 1969
- Savater, Fernando, *Ética para Amador*. Bogotá, Ariel, 1996
- Safranski, Rüdiger, *El mal o el drama de la libertad*, Raúl Gabás (trad). Barcelona, ENSAYO TUSQUETS EDITORES, 2000
- Schlemenson, Aldo, *La perspectiva ética en el análisis organizacional un compromiso reflexivo con la acción*. Argentina, PAIDÓS, 2002
- Sontag, Susan, *Ante el dolor de los demás*, 2da edición. Colombia, ALFAGUARA, 2003
- Wecker, John y Douglas Adeney, *Ética informática y de las ciencias de la información*. Madrid, Fragua, 2000

TEXTOS RECOMENDADOS:

- Aranguren, José Luis, *Ética y política*. Madrid, Orbis, 1986
- Axelos, Costas, *Hacia una ética problemática*. Madrid, Taurus, 1975
- Bonete Perales, Enrique, *Éticas contemporáneas*. Madrid, Tecnos, 1990
- Cortina, Adela y Jesús Conill, (directores), *Diez palabras claves en ética de las profesiones*. Navarra, Editorial verbo Divino, 2000
- Diez garcía, Roberto, *Moral ecologista*. México, Panorama Editorial, 1998.
- Dilthey, Wilhem, *Sistema de la ética*. Buenos Aires, Editorial Nova, 1973
- FENAPE, Declaración de principios. Quito, CIESPAL, s/f.
- Falise, Michel y Regnier Jerome, *Pautas para una ética de empresa*. Quito, Ediciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 1987.
- Fiore, Carlo, *La ética en tiempos de la globalización*. Quito, ABYA-YALA, 2000
- Frondizi, Risieri, *¿Qué son los valores?* Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 1995
- Guerra Plamero, María José, *Teoría feminista contemporánea*. Una aproximación desde la ética. Madrid, Ed. Complutense, 2001.
- Guisán, Esperanza, *Introducción a la ética*. Ediciones Cátedra, 1995
- Juncoso, José, (edit), *Post-modernidad: preguntas, debates y perspectivas*. Quito, ABYA-YALA, 1998.
- Kart, Emmanuel, *Crítica de la razón práctica*. Madrid, Alianza Editorial, 2000
- Lyon, David, *Posmodernidad*. Madrid, Alianza Editorial, 1994.
- Nietzsche, Friederic, *La genealogía de la moral*. Madrid, Alianza Editorial, 1998
- Proaño Maya, Marco, *EL DERECHO DE AUTOR, un derecho universal*. Bogotá, CECOLDA, 1992
- Queré, France, *La ética y la vida*. Madrid, Acento Editorial, 1994
- Russell, Bertrand, *Sociedad Humana: ética y política*. Madrid, Cátedra, 1993
- Savater, Fernando, *Ética como amor propio*. Barcelona, Grijalbo Mondadori, 1997.
- UNESCO, *Declaración de principios para el ejercicio de la libertad de prensa*. Quito, 1995
- Weil, Peirce, *La nueva ética*. Quito, ABYA-YALA, 1999

DATOS DEL PROFESOR:

Teléfonos:

Correo electrónico:

II.16. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO (Ambato): **Ética Comunicacional**. Pfra. Eliza Vayas Ruiz. (Fecha documento: 13-6-08)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Módulo
ÉTICA COMUNICACIONAL
CICLO ACADÉMICO MARZO-JULIO 2008

Elaborado: Lcda. Eliza Vayas Ruiz
Ambato, Ecuador

I DATOS BÁSICOS DEL MÓDULO:

CÓDIGO: JCSCCS701		PRERREQUISITOS: <ul style="list-style-type: none">- Relaciones Humanas (707)- Ética General 606
TIPO DE MÓDULO: Específico		
CRÉDITOS: 52	CICLO: Séptimo	CORREQUISITOS: <ul style="list-style-type: none">- Manejo de la nuevas tecnologías 205- Liderazgo 507-

DOCENTE 1:

Nombre: Eliza Carolina Vayas Ruiz

Área de especialidad: Comunicación Social

Teléfono de contacto: 2849054-084145528

Correo Electrónico: yogos026@yahoo.es

II RUTA FORMATIVA

Nodo Crítico (problemática general):
Competencia Global: Comunicación Científica ¿Cómo saber aplicar la ética en la estructura de la gestión del valor humano, utilizando los nuevos enfoques de liderazgo participativo, la moral, las relaciones humanas, la participación ciudadana en las actividades tanto académicas como profesionales y personales dando estricto cumplimiento a los derechos y deberes que nos manda la constitución
Competencia específica: Aplicar la ética en la comunicación que responda a la formación integral, para satisfacer las necesidades sociales, de conformidad con la axiología y la normativa legal existente

N.	ELEMENTOS DE LA COMPETENCIA ESPECÍFICA
1.	Fundamentar las concepciones de ética y valores
2.	Identifica la ética profesional en el periodismo y la comunicación
3.	Deduce cognitivamente el manejo de la ética en los medios de comunicación
4.	Programa el pensamiento crítico para identificar el código de ética en el trabajo de la Comunicación Social.

Trabajo interdisciplinario y transdisciplinario:

- Utilizar el Internet como medio de investigación y actualización.
- Trabajo en equipo
- Gestión de proyectos
- Investigación hermenéutica
- Pensamiento complejo.

III METODOLOGÍA DE FORMACIÓN:

Enfoque didáctico:

Pares didácticos, interaprendizaje

- Metodología del aprendizaje basado en el pensamiento lógico.
- Metodología del aprendizaje basado en problemas.
- Método de trabajo por proyectos, simulaciones, mediación con base a las inteligencias múltiples.

- Ciclo experimental.
- Estudio de casos.

ELEMENTOS DE COMPETENCIA	CONTENIDOS COGNOSCITIVOS (Conocimientos) ¿Qué saberes?	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (Procedimientos) ¿Cómo aplicarlos?	CONTENIDOS AFECTIVO MOTIVACIONALES (Actitudes valores) ¿Con qué actitudes?	ESTRATEGIAS DIDACTICAS (Estrategias, métodos y técnicas)	NIVELES E INDICADORES DE LOGRO
Elemento 1 Fundamentar las concepciones de ética y valores	Fundamenta los conceptos de ética, valores, moral	Analiza la información recibida y refuerza conocimientos Selecciona ideas principales y secundarias	Desarrollo una actitud crítica Practicar valores como la cooperación, solidaridad mediante el trabajo en equipo. Mostrar interés en la investigación como un proceso importante en la educación.	Abstrae el contenido y realiza un análisis y presenta una mentefacto de las ideas. Exposición Prepara el material de apoyo y realiza un discurso crítico sobre los temas	1.- TEÓRICO BÁSICO Indicador: Fundamenta los conceptos de ética y valores 2.- TEÓRICO AVANZADO Indicador: Describe características deseables del manejo de la ética y valores. 3.- TEÓRICO-PRACTICO BÁSICO Indicador: Programa un estado de criticidad al reconocimiento de la ética como valor de vida
	Describe las dinámicas de la existencia enfrentándolos con los elementos de la ética y moral.	Revisa la información, selecciona información importante para analizarla y discutirla.	Actitud crítica y propositiva frente al tema Respeto, tolerancia Valoración a normas y reglas.	* Análisis Determina y clasifica la principales dinámicas las relaciona con los elementos de la ética * Taller Leer y organizar el contenido teórico. Elaborar una organizador grafico.	4.- TEÓRICO PRÁCTICO EXPERTO Indicador: Escribe ensayos en el que expresa su propio pensamiento acerca del contenido estudiado 5.- TEÓRICO PRACTICO CREATIVO Indicador: Propone de manera sustentada conceptos sobre la ética dentro del ámbito social y laboral.
	Aborda el proceso formativo del individuo en.	Vincula los conocimiento previos con la nueva información.	Despertar interés en los estudiantes Trabajo en equipo Sinergia en grupo.	Recuperación dialogica Se realiza círculos de estudio y reflexión.	
	Conceptúa las leyes de intercambio en el aprender a vivir.	Creación de un ambiente de aprecio confianza, cooperación, apoyo que motive el aprendizaje	Trabajo en equipo Mostrar un pensamiento crítico y reflexivo Cooperación y solidaridad	Realiza un organizador grafico sobre cada una de las leyes Análisis: Realiza un análisis crítico sobre las leyes y su influencia en la vida	
	Fundamenta los conceptos de ética periodística	Respuestas a expectativas Formación de comunidades de	Aprecio, confianza, cooperación, apoyo, reto Predisposición al	Lluvia de Ideas por tarjetas Dinámica de conocimiento e	1.- TEÓRICO BÁSICO Indicador:

Elemento 2 Identifica la ética profesional en el periodismo y la comunicación científica		aprendizaje	dialogo	integración Acción-reflexión-acción Diseñar una aula potenciada	Identifica aspectos básicos de la ética periodística
	Reconoce las normas de la ética y la ley	Actividades de investigación Nociones las normas la ética y la ley a través de los grupos de estudio.	Actitud crítica y propositiva frente al tema Respeto, tolerancia Valoración a normas y reglas	Lectura crítica sobre el tema Selección de ideas importantes Integración dialógica Círculos de Reflexión Técnicas Analíticas: estudio de casos.	2.- TEÓRICO AVANZADO Indicador: Describe un esquema básico sobre las normas y leyes que rigen a la ética periodística
	La ética y la técnica en pos de la verdad	Aplicación de la meta cognición del estudio Planificación del estudio independiente, actividades, recursos y resultados	Disposición para la autorreflexión y autorregulación para el estudio Asumir el estudio independiente como disfrute	Investiga Registra los hechos Análisis y síntesis de la información	3.- TEÓRICO-PRACTICO BASICO Indicador: Realiza un análisis crítico de la ética y el trabajo periodístico 4.- TEÓRICO PRÁCTICO EXPERTO Indicador: Construye un ambiente propicio para el aprendizaje de acuerdo a los estudiado 5.- TEÓRICO PRACTICO CREATIVO Indicador: Escribe un artículo sobre los temas estudiados

ELEMENTOS DE COMPETENCIA	CONTENIDOS COGNOSCITIVOS (Conocimientos) ¿Qué saberes?	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (Procedimientos) ¿Cómo aplicarlos?	CONTENIDOS AFECTIVO MOTIVACIONALES (Actitudes valores) ¿Con qué actitudes?	ESTRATEGIAS DIDACTICAS (Estrategias, métodos y técnicas)	NIVELES E INDICADORES DE LOGRO
Elemento 3 Deduce cognitivamente el manejo de la ética en los medios de comunicación	Conceptos de la ética aplicada	Construye un grupo de estudio para realizar organizadores gráficos	Argumente creativamente los conceptos	Lectura Reflexiva Selección del tema Análisis de las ideas principales y	1.- TEÓRICO BÁSICO Indicador: Enumera elementos básicos de la ética en los

				su posición crítica	medios
	Principio de Prima facie	Determina y reconoce el concepto de prima facie y los confronta en grupos focales	Tiene interés por el dominio del conocimiento	Grupos Focales Organización de grupos Selección de preguntas por inquirita Conclusiones y Recomendaciones	2.- TEÓRICO AVANZADO Indicador: Describe característica deseables del manejo de la ética en los medios
	Tratamiento de la ética cotidiana del periodista	*Actividades de investigación en búsqueda de consolidación de definiciones *Aplicación práctica de los métodos científicos en análisis	Toma decisiones creativamente y aceptar opiniones divergentes	* Taller. Leer y organizar el contenido teórico. Elaborar una guía de trabajo. * Análisis Determinar los temas relacionados a liderazgo Establecer criterios en base a la descomposición crítica de los temas Preguntas y respuestas síntesis	3.- TEÓRICO-PRACTICO BASICO Indicador: Aplica técnicas de ética en su proceso de aprendizaje 4.- TEÓRICO PRÁCTICO EXPERTO Indicador: Construye una estructura ética de acuerdo a lo estudiado para el campo laboral 5.- TEÓRICO PRACTICO CREATIVO Indicador: Evalúa ambientes laborales para analizar el manejo de la ética periodística

ELEMENTOS DE COMPETENCIA	CONTENIDOS COGNOSCITIVOS (Conocimientos) ¿Qué saberes?	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES (Procedimientos) ¿Cómo aplicarlos?	CONTENIDOS AFECTIVO MOTIVACIONALES (Actitudes valores) ¿Con qué actitudes?	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS (Estrategias, métodos y técnicas)	NIVELES E INDICADORES DE LOGRO
	Fundamenta los conceptos de que es el código su	Actividades de investigación Vinculación de los conocimientos	Interés por el estudio Predisposición al dialogo	Propuesta de un modelo de lectura científica	1- TEÓRICO BÁSICO Indicador: Manejo los

<p>Elemento 4</p> <p>Programa el pensamiento crítico para identificar el código de ética en el trabajo de la Comunicación Social.</p>	<p>concepción histórico-social</p> <p>El código de Ética Internacional</p> <p>Código de ética del periodista investigativo</p> <p>Consideraciones del Reglamento del Periodista</p>	<p>aprendidos Formación de comunidades de aprendizaje</p> <p>Actividades de Investigación</p> <p>Aplicación práctica del proceso de la lectura científica</p> <p>Generación de un estado óptimo para el aprendizaje</p> <p>Transformación de modelos mentales en marcos conceptuales</p> <p>Demostración de relaciones positivas</p>	<p>Cooperación, apoyo</p> <p>Interés por la lectura</p> <p>Aprecio por análisis crítico de textos</p> <p>Deseos de expresar el pensamiento propio</p> <p>Asumir el estudio independiente como disfrute</p> <p>Espíritu analítico y sintético, confianza amor a su trabajo</p>	<p>Preguntas y Respuestas</p> <p>Práctica de Lectura</p> <p>Lluvia de ideas</p> <p>Selección de temas por jerarquización</p> <p>Elaboración de fichas para la recolección de la información</p> <p>Mentefactual</p> <p>Análisis y reflexión de los temas</p> <p>Dinámica e integración de conocimientos</p> <p>Elaboración de organizadores gráficos y mentefactos</p> <p>* Lluvia de ideas.</p> <p>Presentación del tema.</p> <p>Estimula responsabilidades</p> <p>encontrar ideas que constituyen en suposiciones lógicas que desarrolla el pensamiento divergente, las expectativas y la motivación de los estudiante para contrarrestar con la verdad en dicho proceso.</p>	<p>conceptos básicos de los códigos y sus concepciones</p> <p>2.- TEÓRICO AVANZADO</p> <p>Indicador:</p> <p>Describe un esquema básico del modelo del código de ética</p> <p>3.- TEÓRICO-PRACTICO BASICO</p> <p>Indicador:</p> <p>Aplica los elementos del código de ética en el trabajo en clase</p> <p>4.- TEÓRICO PRÁCTICO EXPERTO</p> <p>Indicador:</p> <p>Discrepa sobre posiciones del código de ética</p> <p>5.- TEÓRICO PRACTICO CREATIVO</p> <p>Indicador:</p> <p>Propone de manera sustentada el manejo del código de ética en el trabajo periodístico en un ensayo</p>
--	---	--	---	---	---

IV PLANEACIÓN DE EVALUACIÓN

ESCALA DE VALORACIÓN	
Competencia específica: Aplicar la ética en la comunicación que responda a la formación integral, para satisfacer las necesidades sociales, de conformidad con la axiología y la normativa legal existente	
NIVEL DE LOGRO	INDICADORES DE LOGROS (PERTINENTES A LOS NIVELES)
1. (TEÓRICO PRACTICO BÁSICO)	1. Fundamenta los conceptos de ética y valores 2. Identifica aspectos básicos de la ética periodística 3. Enumera elementos básicos de la ética en los medios 4. Manejo los conceptos básicos de los códigos y sus concepciones.
2. (TEÓRICO PRACTICO AVANZADO)	1. Describe características deseables del manejo de la ética y valores. 2. Describe un esquema básico sobre las normas y leyes que rigen a la ética periodística 3. Describe característica deseables del manejo de la ética en los medios 4. Describe un esquema básico del modelo del código de ética
3. (TEÓRICO PRÁCTICO BÁSICO)	1. Programa un estado de criticidad al reconocimiento de la ética como valor de vida 2. Realiza un análisis crítico de la ética y el trabajo periodístico 3. Aplica técnicas de ética en su proceso de aprendizaje 4. Aplica los elementos del código de ética en el trabajo en clase
4. (TEÓRICO PRÁCTICO EXPERTO)	1. Escribe ensayos en el que expresa su propio pensamiento acerca del contenido estudiado 2. Construye un ambiente propicio para el aprendizaje de acuerdo a lo estudiado 3. Construye una estructura ética de acuerdo a lo estudiado para el campo laboral 4. Discrepa sobre posiciones del código de ética
5. (TEÓRICO PRÁCTICO CREATIVO)	1. Propone de manera sustentada conceptos sobre la ética dentro del ámbito social y laboral. 2. Escribe un artículos sobre los temas estudiados 3. Evalúa ambientes laborales para analizar el manejo de la ética periodística 4. Propone de manera sustentada el manejo del código de ética en el trabajo periodístico en un ensayo
PRODUCTO FINAL	Elaborar un trabajo de análisis y síntesis a través de organizadores gráficos de los temas estudiados

Técnicas e Instrumentos	Evaluación Diagnóstica	Evaluación Formativa	Evaluación de Promoción:		
			Evidencias:		
			Proceso	Conocimiento	Producto
<ul style="list-style-type: none"> Organizadores gráficos Informes técnicos Ensayos Portafolios 	Detección de conocimientos previos sobre ética de la comunicación. Análisis de la información recogida	Taller de lectura científica con aplicación de lista de desempeño Analizar científicamente los organizadores gráficos. Retroalimenta los fundamentos científicos. Desarrolla y valora la escucha activa, los ensayos, y los procesos	El estudiante: Configura su ambiente de estudio Realiza lectura científica en sus diferentes etapas	El estudiante: Sustenta la configuración de un ambiente potenciador de estudio Debate, discute con razonamiento. Encuentra solución y argumento. Hace preguntas para la reflexión. Prueba la solución parcial.	Construye organizadores gráficos Elabora análisis y síntesis Realiza ensayos y artículos Realiza un Portafolio.

PROCESOS DE VALORACIÓN

Se aplica la auto evaluación, coevaluación, heteroevaluación a través de técnicas, instrumentos y evidencias

COMPETENCIA ESPECIFICA: Aplicar la ética en la comunicación que responda a la formación integral, para satisfacer las necesidades sociales, de conformidad con la axiología y la normativa legal existente

V. MATRIZ DE GUÍAS INSTRUCCIONALES

Competencia específica: Aplicar la ética en la comunicación que responda a la formación integral, para satisfacer las necesidades sociales, de conformidad con la axiología y la normativa legal existente

# GUÍA	ELEMENTOS	INSTRUCCIONES	RECURSOS	PRODUCTO
1	ELEMENTO 1 Fundamentar las concepciones de ética y valores		<ul style="list-style-type: none"> • Teoría • Computador • Bibliografía • Recurso Impreso 	Elabora un organizador gráfico que relacione el conocimiento que vincula los conceptos de ética y valores.
2	ELEMENTO 2 Identifica la ética profesional en el periodismo y la comunicación científica		<ul style="list-style-type: none"> • Internet, papelotes • Computador • Recursos impresos 	Construye un artículo sobre su pensamiento del manejo de la ética en la profesión
3	ELEMENTO 3 Deduce cognitivamente el manejo de la ética en los medios de comunicación		<ul style="list-style-type: none"> • Teoría • Computador • Bibliografía 	Elabora un registro de observación sobre el manejo de ética en un medio de comunicación.
4	ELEMENTO 4 Programa el pensamiento crítico para identificar el código de ética en el trabajo de la Comunicación Social.		<ul style="list-style-type: none"> • Teoría, • Computador • proyector de datos. 	Elabora un producto comunicacional de propuesta sobre el manejo del código de ética en los medios de comunicación

BIBLIOGRAFÍA**Materiales complementarios**

Propios del Estudiante.

.....
Eliza Vayas Ruiz

III. SYLLABUS DE COLOMBIA

III.1. UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN: Ética. Pfr. Jorge Piedra. (Fecha documento: 16-8-2007)



UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

DISEÑO MICROCURRICULAR						
NOMBRE DEL PROGRAMA						
NOMBRE DE UOC	Conocimientos Comunes – Comunicación y Ciencias Sociales					
PROBLEMA DE FORMACIÓN UOC	¿Cuáles son los fundamentos éticos y políticos que deben regir la actuación de un profesional de la comunicación?					
PROPÓSITOS DE FORMACIÓN UOC	Comprender el papel que juega la comunicación, tanto en los procesos de construcción de cultura, como en los de regulación, negociación y transformación de las prácticas sociales.					
NOMBRE DE LA ASIGNATURA	Ética					
TIPO DE ASIGNATURA	General	Común	Específica	Libre elección	Línea de énfasis	Trabajo de grado
			x			
IDENTIFICACIÓN	Semestre	Código	Requisito	Créditos	Sesiones Totales	
					Directas	Independientes
	IX			2	64	80
CONTEXTUALIZACIÓN						
OBJETO DE ESTUDIO	La Ética					
PROBLEMA	¿Cuáles son las estrategias que se deben implementar para desarrollar competencias en la comprensión y aplicación de la ética como reguladora de los procesos de comunicación mediática en los estudiantes del programa Comunicación y Lenguajes Audiovisuales de la Universidad de Medellín?					

OBJETIVO (competencia, conocimiento, valor)	<ul style="list-style-type: none"> Identificar e inteligir las nociones fundamentales y las grandes constituciones teóricas y aplicativas de la racionalidad ética occidental. Analizar e interpretar adecuadamente la fundamentación y los grandes desarrollos temáticos y problemáticos de la ética comunicativa, postulada a finales del siglo XX por los investigadores sociales: Jürgen Habermas y Karl Otto Apel. Estudiar, debatir y comunicar los códigos de conducta profesional, o códigos deontológico como conjuntos de normas de comportamiento aceptables para los profesionales y empleados en el contexto de la cultura mediática. Comprender en toda dimensión el ejercicio profesional del comunicador audiovisual, con miras a mejorar continuamente en cada estudiante las competencias esenciales para desempeñarse excelentemente con racionalidad competente y probidad ética. <p>Analizar, dimensionar y proyectar los valores del talento humano para asumirlos como indicadores esenciales del proyecto de vida y profesional de los estudiantes, perfilándolos a la excelencia moral y ciudadana que hoy se espera de las personas y de los medios, para generar un superávit ético en la actual sociedad mundial.</p>
CONCEPTOS (leyes, principios, teorías, escuelas)	I Moral, moralidad, ética, eticidad, conciencia moral, principio de responsabilidad, autonomía, libertad, probidad, corrupción, lo público, lo privado, ética de Máximos, ética de Mínimos, ética discursiva, ética cívica, la bioética.
MÉTODO	Hermenéutico-crítico-dialéctico

METODOLOGÍA

TEMAS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		SESIONES		ESPACIO	GRUPO	MEDIOS	PRODUCTO	EVALUACIÓN
		Direc- tas	Indepe- ndiente s					
0. NATURALEZA Y OBJETO DE LA ÉTICA	Conceptualización básica	3	3	Biblioteca		Información Bibliográfica	Glosarios	
	Sujeto ético. Objeto de la reflexión ética. Ética y derecho.	4	4	Aula				
	El método de la ética.	3	3					Control de lecturas
1. LA HISTORIA	La ética clásica en sus textos	4	6					

DE LA ÉTICA	Ética moderna y posmoderna	3	3				Mapas conceptuales	I n f o r m e s
	Ética latinoamericana. La crisis moral en Colombia.	3	4			Centros de documentación específica		
2. ÉTICA INDIVIDUAL Y ÉTICA SOCIAL	Autonomía y libertad	3	3					Taller
	Genética. El contexto social de los comportamientos morales. Valores y pedagogía.	3	4					
	Ética y política. Probidad y corrupción. (propuestas)	4	6			Debate	Estudios e investigaciones	Proyectos
3. LA ÉTICA COMUNICATIVA	Ética discursiva	3	3			Bibliografía		
	Diálogo y liberación	3	4				Protocolos	
	Ética Mínima. Ética de Máximos. Legitimidad y consenso. El disenso.	4	6					Conversatorios
4. LA ÉTICA DE LOS MEDIOS	Ética y profesionalismo	3	2				Formatos	
	Comportamiento de los medios	3	3					
	Comités de ética	4	5					Informes
5. LOS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS	Códigos de estándares profesionales	3	3			Registros Escriturales		
	Dilemas estudio de casos	3	3				Manuales Breves	Sustentaciones orales

	Código ético el comunicador audiovisual.	4	4					
6. ¿CÓMO CREAR CULTURA ÉTICA EN...?	Avances propuestas	2	2			Libros, revistas, memorias, estudios.		Trabajos técnicos y exposiciones
	Socialización	2	2					
	Presentación final	2	8				Propuestas finales	
7. SEMINARIO DE BIOÉTICA Y COMUNICACIÓN	Bioética & comunicación	2	3	Bloque 14		Audiovisuales Documentos		Talleres y relatorías
	El consentimiento informado	2	6				Talleres creativos y prospectivos	

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles. Ética A. Nicómaco. Madrid. Ed. Espasa – Calpe S.A. 1.983.
- Kant, I. Crítica de la razón práctica. México. Ed. Porrúa. 1982.
- Hospers, John. (1.974). La conducta humana. Madrid. Ed. Tecnos.
- Jonas, Hans (1.991). El principio de responsabilidad. Barcelona. Ed. Herder.
- Kant, I (1994). Filosofía de la historia ¿Qué es la ilustración? – 1784. Madrid. Ed. F.C.E.
- Fernández, José Luis. Ética para empresarios y directivos. Madrid. Ed. Cialp.
- Cortina, Adela (1996). Ética de la empresa. Madrid. Ed. Trotta.
- Camps, Victoria. El malestar en la vida pública. Barcelona. Ed. Ariel.
- Cortina, Adela (1.996) Compilación. Concepciones de la ética. Madrid. Ed Trotta
- Habermas, Jurgen (1 984) ética comunicativa Madrid. Ed Peninsula
- Rawls, John. (1.983) Teoría de la justicia Madrid. Ed. Taurus
- Gracia, Diego. (1.991) La Bioética Madrid. Alianza Universidad.
- Elkin, Jorge (1.993). La doble moral de las organizaciones Madrid. Ed Mc Graw-Hill
- Escobar, Jaime (1 997). Compilación Problemas de ética aplicada Santa Fe de Bogotá Ed El Bosque Universidad
- Morris, Ton (1997) Si Aristóteles dirigiera General Motors Santa Fe de Bogotá Planeta Editorial 266 ps
- Vásquez. Francisco (1 992) Etica y deontología de la información Madrid. Ed Paraninfo
- Aristóteles (1 984) La política Santa Fe de Bogotá Ed Universales 269 ps
- Martínez, Jesús (1 999) Etica para el desarrollo de los pueblos Madrid. Ed Trotta. 167 ps
- Gil Restrepo. Silvio. (2000) Etica en relaciones humanas Santa Fe de Bogotá Ed Paulinas
- Cortina, Adela (1.998) El mundo de los valores Ética mínima y educación Santa Fe de Bogotá 142 ps.
- Villapalos, Gustavo. (1.998) El libro de los valores compilación Mad Santa Fe de Bogotá Ed. Planeta. 453 ps.
- Wellman, Carl (1.986) Morales y éticas Madrid. Ed. Trotta.
- Kunkg, Hans (1.997). Un proyecto mundial de ética Madrid. Ed Trotta
- Vidal, Mariano. (1.994) Concepciones de ética teológica. Madrid. Ed. Trotta.
- Maldonado, Tomás. (1998) crítica de la razón informática. Buenos Aires. Ed. Piados.

III.2. UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA (Medellín): **Ética y Legislación Periodística**. Pfr. Azael Carvajal. (Fecha documento: 6-5-08)

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE COMUNICACIONES
PROGRAMA DE PERIODISMO

CURSO: ÉTICA Y LEGISLACIÓN PERIODÍSTICA

PROFESOR: AZAEL CARVAJAL MARTÍNEZ
2007-2

1. DESCRIPCIÓN

Colombia es un Estado Social de Derecho. Por eso es importante que los futuros profesionales conozcan las normas jurídicas y éticas que regulan el ejercicio del periodismo, como una forma de realizar el proceso informativo para la satisfacción del derecho a la información.

2. OBJETIVOS GENERALES

2.1. Lograr que el estudiante conozca, comprenda, interprete y aplique las normas constitucionales, legales y éticas que regulan el ejercicio profesional y la actividad de los medios de comunicación social, como requisito básico para la asimilación de los procesos informativos y el cumplimiento riguroso de la responsabilidad jurídica, social y ética. En ésta última, haremos especial énfasis, como parte del programa general de la materia.

2.2. Contribuir a la formación profesional del periodista, con énfasis en la fundamentación teórica y la aplicación a nuestra realidad del Derecho de la Comunicación, o Derecho de la Información, o Derecho de Mensajes, y de los aportes de la ética para la realización de este importante trabajo.

2.3. Despertar el interés y la sensibilidad de los estudiantes hacia el conocimiento, comprensión y análisis de los problemas y fenómenos de la actualidad y su tratamiento jurídico-ético por parte de los profesionales y de los medios de comunicación.

2.4. Incorporar a la vida cotidiana y al quehacer profesional, los principios y valores que rigen nuestra democracia, y promover una mayor participación política y ciudadana.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Análisis detenido y crítico de las distintas normas constitucionales, legales y éticas que regulan el periodismo como parte del Derecho de la Comunicación, que otros llaman Derecho de la Información o Derecho de Mensajes. Por eso, al finalizar el curso el estudiante estará en capacidad de:

3.1. Articular los contenidos del curso con la actividad de los medios de comunicación y desarrollar juicios críticos y éticos acerca de la realidad de su ejercicio profesional en Colombia.

3.2. Crear espacios de discusión y reflexión acerca de los problemas del periodismo desde el punto de vista de los principios constitucionales, legales y éticos.

3.3. Establecer si el contenido normativo sobre el periodismo y los medios de comunicación contribuye a la elevación del nivel cultural y a la participación democrática de los colombianos.

3.4. Dar cabida a la reflexión, la lectura crítica de los medios, la consulta documental y la investigación.

4. METODOLOGÍA

4.1. Exposiciones del profesor.

4.2. Participación de los estudiantes, mediante la elaboración y exposición de trabajos.

4.3. Seguimiento a los medios de comunicación para conocer, analizar y comentar el contenido relacionado con los temas de la materia.

4.4. Dinámicas de grupos mediante talleres, debates y conversatorios para discutir temas de los diferentes capítulos de la materia.

5. EVALUACIÓN PROPUESTA

5.1. Seguimiento como talleres, informes de lecturas y dinámicas en el grupo: 20%.

5.2. Trabajo escrito: 15%.

5.3. Exposición del trabajo: 15%

5.4. Examen parcial: 20%.

5.5. Examen final 30%.

6. CONTENIDO**6.1. TEMAS ÉTICOS**

Los temas éticos se analizarán en forma paralela con la legislación. Por eso, comprende asuntos como: introducción a la ética, la ética y el derecho a la información, el bien común, la información veraz y suficiente; el periodista frente a la

buena fe, los derechos fundamentales, su independencia, el plagio, los derechos de autor, su responsabilidad; y la ética y el papel del Estado. En esencia, el ejercicio ético debe contribuir a la satisfacción del derecho a la información.

Bibliografía básica:

Desantes Guanter, José María. La información como deber. Buenos Aires, 1994.

Herran, María Teresa y Restrepo Javier Darío. Ética para periodistas. Bogotá, 1992.

Klisberg, Bernado. Más ética, más desarrollo. Buenos Aires, 2005.

De otros autores, tomaremos parte de sus escritos: Victoria Camps, Norberto Bobbio y José Ferrater.

Igualmente, recomendamos la consulta de portales sobre temas éticos. Por ejemplo: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, FNPI, www.nfpi.org. Allí encontramos el consultorio ético de Javier Darío Restrepo, en el cual se analizan casos concretos.

6.2. TEMAS JURÍDICOS

Capítulo I. El Proceso Informativo

Objetivo: Conocer y analizar el contenido del proceso informativo que está regulado por normas constitucionales, legales y éticas, para que permite la realización del derecho a la información.

El proceso informativo comprende: **a. Sujetos:** universal -todos- y cualificados -profesionales- y organizados -empresas que gestionan los medios-; **b. las facultades:** investigar, difundir y recibir mensajes, sin limitación de fronteras y sin controles previos; **c. los diferentes mensajes:** hechos -informativo o la noticia-, ideas -ideológico y juicios de valor o de opinión -apreciaciones-; otros mensajes como: publicitario, relaciones públicas, humorístico y musical. **d. los medios:** impresos, sonoros o que emiten y los que exhiben. **e. El Estado,** como garante, con garantías normativas, institucionales y jurisdiccionales.

Capítulo II. Sociedad, Estado, Derecho y Constitución Política

Objetivo: Familiarizarse con el concepto de Derecho, como expresión de la Sociedad organizada que se constituye en Estado, cuya norma rectora de todo su quehacer es la Constitución Política, que también tiene un profundo contenido ético.

Capítulo III. Protección de la actividad informativa del sujeto cualificado

Objetivo: Conocer, analizar y aplicar las normas que garantizan el ejercicio del periodismo (Ley 1016 de 2006), los derechos fundamentales y sus garantías (normas constitucionales), y las demás disposiciones que son pertinentes.

Capítulo IV. La Ley de Prensa y Medios Impresos

Objetivo: Conocer y aplicar la normatividad vigente. Ley 29 de 1944, modificada por la Ley 44 de 1993, y decreto reglamentario 109 de 1945.

Capítulo V. La regulación del servicio de radiodifusión

Objetivo: Conocer y aplicar las normas que regulan la radio colombiana.

Se parte del Decreto-Ley 1900 de agosto 19 de 1990, por el cual se reforman las normas y estatutos que regulan las actividades y servicios de telecomunicaciones y afines; la ley 74 del 3 de noviembre de 1966, que reglamenta los programas que se transmiten por la radio, y sus decretos reglamentarios.

Capítulo VI. Régimen jurídico de la televisión colombiana

Objetivo: Conocer y aplicar las normas que regulan la televisión colombiana.

Comprende las normas constitucionales relativas a la televisión; el espectro electromagnético; la Ley 14 del 29 de enero de 1991, la Ley 182 de 1995; la Ley 335 de 1996 y la Ley 680 de 2001.

Capítulo VII. Medios que exhiben: cinematografía

1. Ley 9 de 1942.

2. Decreto-Ley 1903 de 1990.

3. Decreto 2555 de 1991.

4. Ley 397 de 1997.

5. Ley 814 de 2003.

Capítulo VIII. Nuevas tecnologías o medios virtuales

Comprende la Ley 527 de 1999, por la cual se define y reglamenta el acceso y el uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones; y la Ley 555 de 2000, por la cual se regula la prestación de los servicios de comunicación personal, PCS, y se dictan otras disposiciones.

Capítulo IX. Las agencias de noticias

Decreto 639, de abril 13 de 1992.

Capítulo X. Código de la Infancia y la Adolescencia

Objetivo: Conocer la trascendencia del respeto hacia el menor, como sujeto universal del derecho a la información, y evitar el abuso en la difusión de su conducta dañosa. Ley 1098 de 2006.

Bibliografía Básica

- Buitrago López, Elker. *Derecho de la Comunicación*. Santafé de Bogotá, 1998.
 Cámara de Representantes. *Derecho a la Información*. Bogotá, 1985.
 Cancino Moreno, Antonio José. *Derecho y Periodismo*. Medellín, Biblioteca Jurídica Diké, 1a. Edición. 1996.
 Carvajal Martínez, Azael. *Los periodistas y el Derecho de Información en Colombia*. Medellín, 1995.
 Cepeda Espinosa, Manuel José. *Los Derechos Fundamentales en la Constitución de 1991*. Santa Fe de Bogotá, 1992.
 Centro de Investigación y Educación Popular, CINEP. "Controversia 93": *el periodismo frente al país. De la libertad de expresión al derecho a la comunicación*. Bogotá, 1981.
 Círculo de Periodistas de Bogotá. *El Periodismo ante la Ley Penal*. Bogotá, 1984.
 Desantes Guanter, José María. *Fundamentos de Derecho de la Información*. Madrid, 1977.
 Desantes Guanter, José María. *La Información como Derecho*. Madrid, 1974.
 Vallejo, Víctor Hugo. *Legislación de Medios en Colombia*. Medellín, 1993.
 Velásquez Betancur, Jorge Alberto. *Derecho de la Comunicación. General y Especial*. Medellín, 1999.

Direcciones electrónicas:

www.derecom.com, www.gobiernoenlinea.gov.co, www.ramajudicial.gov.co, www.mincomunicaciones.gov.co,
www.secretariassenado.gov.co, www.crt.gov.co, www.libardo.50megs.com, www.cnte.gov.co,

JURISPRUDENCIA

- Sentencia T-403/92. Libertad de expresión y libertad de cultos.
 Sentencias T-414/92 y 611/92. Libertad de información y Derecho a la intimidad.
 Sentencia T-480/92. El derecho al buen nombre.
 Sentencia T-512/92. Libertad de información y Derecho de rectificación.
 Sentencia T-008/93. Sobre *habeas data*.
 Sentencia C-033/93. Libertad de expresión y Libertad de información.
 Sentencia T-048/93. Derecho a la información, Derecho a la honra, rectificación.
 Sentencia T-080/93. Derecho a la Información y Libertad de expresión.
 Sentencia T-081/93. El espectro electromagnético.
 Sentencia T-473/94. Acceso a los documentos públicos.
 Sentencia T-066/98. Libertad de información y Derecho de rectificación.

III.3. UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA (Medellín): **Ética Profesional**. Pfr. Juan José García Posada.
 (Fecha documento: 25-10-2007)

AREA : ETICA	CICLO : BÁSICO UNIVERSITARIO
SEMESTRE :08 A 10	HORAS DE TRABJO AUTONOMO :16
HORAS TEORICAS: 02 SEMANALES	HORAS DE ACOMPAÑAMIENTO DOCENTE: 32
CREDITOS : 1	INSTITUTO DE ÉTICA Y BIOÉTICA UPB

**ÉTICA PROFESIONAL
 PRINCIPIOS DE FORMACIÓN**

Como contribución a la formación integral del profesional Bolivariano, es necesario proporcionarle un curso de nivel avanzado que plantee la problemática de la ética en relación con su disciplina particular, como espacio de reflexión sobre las implicaciones éticas, sociales y legales del ejercicio de la profesión, la elección de corriente teórica y los diversos campos ocupacionales de la misma.

Entre las tareas del curso está la de cuestionar la unidad del saber particular y las demandas que el medio le hace, apoyándose para ello en documentos que abordan el ser y quehacer profesional, las leyes que reglamentan su ejercicio y el código de ética.

Al finalizar el curso, se espera que los estudiantes tengan la necesidad y estén en capacidad de asumir una posición ética, que junto a sus conocimientos teóricos y sus habilidades técnicas, les permita hacer frente a la multiplicidad de problemas que entraña el ejercicio profesional.

METAS DE APRENDIZAJE

Pensar críticamente el éthos profesional, apoyándose en una revisión temática del ser y hacer de la profesión específica, en la reglamentación jurídica de su ejercicio y en su código ético.

- Conocer los presupuestos filosóficos y antropológicos que subyacen en las formulaciones de la ética profesional.
- Conocer las normas legales que reglamentan el ejercicio profesional, así como el código de ética, estudiando su aplicabilidad a partir del análisis de casos.
- Estudiar las implicaciones éticas que tiene trabajar en un campo ocupacional específico, considerando los valores principios y normas que deben regir tal disciplina particular.

COMPETENCIAS LOGROS E INDICADORES DE LOGRO

COMPETENCIA GLOBAL:

Participación en los procesos de desarrollo y progreso social, con sentido humano y criterios éticos, es decir, con excelencia profesional, integridad y honradez.

COMPETENCIAS BÁSICAS:

EN INTERPRETACIÓN:

Aplicación de principios, valores y normas éticas, jurídicas y disciplinarias en el análisis de situaciones derivadas del ejercicio profesional, en relación con su función de realización personal y servicio social.

LOGRO: Comprende las relaciones entre la ética, la bioética y su disciplina.

INDICADOR DE LOGRO: Explica los fundamentos de la ética y su relación con el ejercicio profesional particular.

EN ARGUMENTACIÓN:

Asunción de posiciones críticas, documentadas y argumentadas, frente a diversas situaciones éticas relacionadas con el ejercicio profesional.

LOGRO: Reflexiona acerca de los problemas éticos de su profesión, mediante el análisis riguroso de los elementos filosóficos, históricos y socioculturales de tales problemas.

INDICADOR DE LOGRO: Expresa ideas propias en ensayos escritos y disertaciones orales acerca de dilemas, casos y problemas éticos de su profesión.

EN PROPOSICIÓN:

Planteamiento del ejercicio profesional como espacio de realización humana y servicio social, según el ideario del espíritu bolivariano.

LOGRO: Infiere compromisos específicos en relación con el saber, el que hacer y la encomienda social hecha a la profesión y al profesional como persona moral. INDICADOR DE LOGRO: Replantea el código ético y disciplinario de la profesión de acuerdo con los valores del humanismo cristiano y más allá del formalismo legal.

CONTENIDOS:

UNIDAD 1: Antropología de las profesiones (vocación) y fundamentación del saber específico.

- ¿Que es profesión?
- el concepto de hombre en las profesiones en general y en la profesion específica.
- ¿qué significa ser profesional para el individuo?
- responsabilidad social de las profesiones.

UNIDAD 2: Relación de la ética con el saber específico y sus particularidades.

- Historia breve de la profesión específica y su ejercicio en Colombia.
- Ética y profesión específica, (principios éticos aplicados o llamados a aplicarse en la profesión)

UNIDAD 3: La Profesión, los valores, las virtudes y el deber.

- Fundamentación axiológica de la profesión.
- Deberes consigo mismo con la profesión y la sociedad.
- Relevancia social y personal de la disciplina particular.

UNIDAD 4: Legislación y códigos de ética profesional.

- ¿Por qué las normas?
- La responsabilidad y sus tipologías (ética, civil, penal, disciplinaria)
- Código de ética de la profesión y reglamentación jurídica.
- ¿se puede proponer algo al código y a la legislación?

UNIDAD 5. Los temas fundamentales de la Ética Profesional de la Comunicación y el Periodismo:

1- EL CONCEPTO DE VERDAD. EL CRITERIO DE VERACIDAD. EL PODER DE LA MENTIRA. LA MANIPULACIÓN Y LA DISTORSIÓN. LAS AMENAZAS CONTRA LA VERDAD EN EL PERIODISMO Y LA COMUNICACIÓN.

2. LA COMUNIDAD ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL PERIODISMO: UNA SOLA ÉTICA PROFESIONAL. INCOMPATIBILIDADES E INHABILIDADES. CUÁNDO NO DEBEN EJERCERSE EN FORMA SIMULTÁNEA DOS ACTIVIDADES PROFESIONALES.

3. POSIBILIDAD Y REALIDAD DE UNA ÉTICA UNIVERSAL DEL PERIODISMO. GLOBALIZACIÓN E INFORMACIÓN. PERIODISMO EN INTERNET. VENTAJAS Y AMENAZAS DE LA RED DE REDES.

4. AFINIDADES Y DIFERENCIAS ENTRE LOS CÓDIGOS DE ÉTICA DEL PERIODISMO EN EL MUNDO. EN QUÉ COINCIDEN Y EN QUÉ SE DISTANCIAN. EJEMPLOS. QUÉ ASUNTOS ESENCIALES DEBE CONTENER UN CÓDIGO DE ÉTICA DEL PERIODISMO. JUSTIFICACIÓN Y EXPLICACIÓN.

5. LAS RELACIONES DE LO ÉTICO Y LO ESTÉTICO. LA ÉTICA Y LA COSMÉTICA. LO LIGHT, LO FRÍVOLO Y LO LIGERO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN.

6. PRENSA POPULAR, PUBLICACIONES SENSACIONALISTAS Y AMARILLISTAS. EL NUEVO OSCURANTISMO DESDE LO MEDIÁTICO.

7. ÉTICA DEL PERIODISMO Y ECOLOGÍA. LOS COMUNICADORES ANTE LA URGENCIA DE UN MUNDO RESPONSABLE Y SOLIDARIO.

8. LA ÉTICA DE LA INFORMACIÓN SOBRE CONFLICTO ARMADO INTERNO. DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO. VIOLENCIA Y TERRORISMO. EL DILEMA ENTRE PUBLICAR Y NO PUBLICAR.

1. LAS FRONTERAS ÉTICAS, JURÍDICAS Y DE SENTIDO COMÚN DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN. EL DERECHO DE ACCEDER A INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PÚBLICOS. LAS OFICINAS DE PRENSA DE LAS EMPRESAS DEL ESTADO Y LAS

2. ENTIDADES PRIVADAS Y LA ÉTICA PROFESIONAL. INDEPENDENCIA FRENTE A PODERES Y GRUPOS DE PRESIÓN. MANEJO ÉTICO DE LA INFORMACIÓN ELECTORAL.

10. LAS RELACIONES ÉTICAS ENTRE EL PERIODISTA, LA EMPRESA PERIODÍSTICA Y LOS LECTORES. LA DEFENSORÍA O PERSONERÍA DE LOS LECTORES. POR QUÉ, PARA QUÉ Y CÓMO FUNCIONA. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE ESTA FIGURA. UNA PROPUESTA DE PERSONERÍA DESDE

EL ÁMBITO UNIVERSITARIO. EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN PARA LA ÉTICA.

11. ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN EN EL TRATAMIENTO DE LA INFANCIA.

12. BIOÉTICA Y PERIODISMO. ABORTO, EUTANASIA, MANIPULACIÓN GENÉTICA, RESERVA DE INFORMACIÓN SOBRE PACIENTES Y TRATAMIENTOS MÉDICOS, ETC.

13. INTIMIDAD Y PRIVACIDAD. DIFERENCIAS ENTRE UNO Y OTRO CONCEPTOS. LO ÍNTIMO Y LO PRIVADO, VS. LO PÚBLICO.

14. DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL CONCEPTOS, DOCTRINA, LEGISLACIÓN VIGENTE. LA AUTENTICIDAD EN LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS. EL PLAGIO, UN ATENTADO CONTRA LA PROPIEDAD Y LOS DERECHOS DE AUTOR. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA COMBATIRLO.

METODOLOGIA:

La metodología de este curso se inscribe en la pedagogía conceptual-constructivista, lo que hace al estudiante sujeto del proceso y al profesor como el mediador para el conocimiento. Por el carácter especulativo propio de la ética como disciplina filosófica, los métodos que mejor se ajustan a sus objetos de estudio son el hermenéutico y el heurístico, con los cuales el alumno tiene la oportunidad de compartir sus conceptos previos, confrontarlos, enriquecerlos y construir nuevos conocimientos.

DIDACTICA:

1. Talleres individuales o de equipo para la confrontación, síntesis o análisis de textos sugeridos en la bibliografía.
2. Debate, discusión, análisis de conceptos, principios, conflictos y casos, bajo la metodología de seminario investigativo, foro, panel, diálogo dirigido y otras técnicas similares.
3. Formulación de ejes problemáticos para la elaboración de ensayos y otros textos escritos, mediante el uso de materiales impresos y audiovisuales.
4. Desarrollo de mapas conceptuales, esquemas mentales y cuadros sinópticos sobre temas específicos.

Estas estrategias didácticas están enmarcadas en la concepción del alumno como sujeto activo, capaz de generar sus propias preguntas, descubrir, formular y comunicar respuestas, y capaz de construir, bajo la guía del docente, su proceso de aprendizaje, a partir de saberes previos, del desarrollo de habilidades y destrezas y del logro de metas de aprendizaje en diferentes ámbitos y niveles de desempeño.

EVALUACION:

En consonancia con la metodología y la didáctica, arriba expuestas, la evaluación será continua, involucrando el proceso mismo, teniendo en cuenta como criterios los diferentes niveles de competencia, el logro de objetivos, los contenidos temáticos, la participación, responsabilidad y trabajo en equipo. Debe propiciar también la auto-evaluación y la co-evaluación.

Los instrumentos de evaluación deben permitir la observación objetiva del estado de procesos de enseñanza y aprendizaje, dar cuenta del alcance de logros y objetivos propuestos, en sus correspondientes niveles de desempeño requeridos. Tales instrumentos pueden ser: Los textos producidos por los alumnos; las actividades y trabajos individuales o grupales que, desarrollados en clase, den cuenta de algún conocimiento, investigación o proceso; los informes de lectura; los formularios y pruebas orales o escritas.

En todo caso, los instrumentos y los valores cuantitativos de los mismos, serán propuestos a juicio del docente y acordados con los alumnos, en consonancia con lo dispuesto en el régimen discente.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El texto guía del curso, en edición limitada: **Ética y Periodismo en Emergencia**. García Posada, Juan José. Texto guía del curso de Ética Profesional, Facultad de Comunicación Social, UPB.

También se recomiendan, para estudio de conceptos, principios y normas y de casuística, obras como estas:

La Ética de las Palabras Modestas. Soria, Carlos. Universidad Pontificia Bolivariana y El Colombiano. Colección Mensajes, 1999.

Ética del periodismo y la comunicación. Lopera, Alfonso. Medellín: Universidad de Antioquia, 1990.

Manuales de Estilo: El País, de Madrid. El Tiempo, de Bogotá. El Colombiano, de Medellín.

Códigos de Ética del Periodismo. Prensa comparada. www.periodismo.com

La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional. Memorias Seminario realizado en Monterrey, Nuevo León, México, organizado por la CAF y la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano 30-31 agosto de 2004.

Diez (10) palabras clave en ética de las profesiones. Adela Cortina y Jesús Conill. U. de Navarra, Pamplona, España. Colección Verbo Divino, 2000.

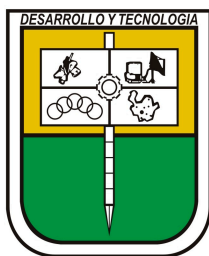
Ética del periodismo. Guerra González, María del Rosario. Convergencia -- Vol. 6, no. 18, México, 1999.

Deontología periodística. Ensayos en torno a la ética profesional del periodista. Luka Brajnovic. Pamplona, España: Universidad de Navarra, 1969.

Derecho a la información y derecho a la honra. Soria, Carlos. Barcelona: ATE, 1981.

Ética y cobertura informativa de campañas electorales. Green, Charles. Revista Mexicana de Comunicación -- Vol. 12, no. 59, México, 1999.

III.4. POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID (Medellín): **Ética**. Pfr. (Fecha documento: 29-8-2008)



POLITÉCNICO COLOMBIANO JAIME ISAZA CADAVID
FACULTAD DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE ASIGNATURA

1. IDENTIFICACIÓN

PROGRAMA ACADÉMICO	PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL					
ASIGNATURA:	ÉTICA					
CÓDIGO:	199054-FBM054		CREDITOS:	2		
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL:	6	Distribución horaria:	HTP	4	HTI	2
PRERREQUISITOS	---					
CORREQUISITOS:	---					
ULTIMA ACTUALIZACIÓN:	NOVIEMBRE 2005					

3. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La Ética tiene por objeto la reflexión sobre la conducta “moral” del ser humano. Del griego “ethiké”, que deriva del vocablo “ethos” (carácter, forma de ser adquirida), la ética se propone que el ser humano incursione en procesos de reflexión y autorreflexión sobre su entorno, sobre los ideales de justicia y buen vivir, la relaciones que establece, el proyecto que traza para ser felices, buenas personas, justos, en última instancia la ética nos invita a reflexionar sobre cómo vivimos.

4. JUSTIFICACIÓN

Uno de los aspectos fundamentales de todo ser humano y más de su formación como profesional en cualquiera de las disciplinas del saber, es el compromiso ético y moral frente a sí mismo, a su responsabilidad laboral y frente a la sociedad en general. Es indudable que la naturaleza del perfil profesional exige, además de los conocimientos técnicos y científicos, una amplia y clara concepción de la ética, como factor fundamental en el desempeño de la labor de cada profesional. Comportamiento que debe manifestarse en la práctica de la responsabilidad, lealtad y respeto hacia sus semejantes y de sus derechos humanos.

Por estas razones se ha estructurado el curso de ética profesional que, más que un conjunto de afirmaciones y conceptos tajantes, debe constituirse en un asunto de vital interés que induzca al futuro profesional a abordar el problema de la ética como una vivencia y un compromiso del hombre con todo su entorno: Humano, social, profesional y ambiental.

5. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

OBJETIVO GENERAL:

Afirmar en el futuro profesional los principios éticos y morales, por constituir estos la base de la formación de la comunidad. Ellas le garantizan un desarrollo orgánico de las sociedades y logro del equilibrio natural que se requiere para tener fundamentos sólidos en el bienestar individual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Explorar los diferentes campos de la ética como filosofía del comportamiento individual.
2. Desarrollo y análisis de diversos códigos de honor o ética para la convivencia comunitaria.

6. COMPETENCIAS GENERALES

Considerando que el desarrollo de competencias busca equilibrar “el saber qué”, “el saber cómo hacer” y “el saber ser”, el curso debe facilitar en los estudiantes las siguientes competencias:

- Sensibilizar al estudiante para que propenda por una convivencia pacífica y solidaria y por el respeto a un ambiente sano.
- Crear conciencia en los estudiantes de su labor dentro de la comunidad educativa, para fomentar su sentido de pertenencia de la institución.
- Fortalecer la interacción comunicativa, sobre la base de una valoración personal de los proyectos de vida personales.

7. CONTENIDOS POR UNIDADES

Unidad 1:

Generalidades Sobre la Ética:

- Definición etimológica sobre la ética
- Definición de la ética por su objeto de estudio
- Problemas mundiales y exigencias de una ética general

Unidad 2:

La Moral:

- Definición de moral
- Diferencia entre moral y ética
- Carácter histórico de la moral
- Problema moral
- Normas morales y otros tipos de normas
- Responsabilidad moral
- La crisis social y la crisis moral
- Video (El abogado del diablo)

Unidad 3:

Los Valores:

- Teoría de los valores y su problemática
- Conceptualización sobre valor
- Problemas de la existencia del valor
- Corrientes: Objetiva y subjetiva de los valores
- Sobre la crisis de los valores

- El valor en el sentido de la vida.

Unidad 4:

Aplicación de la Ética: Profesiones y Oficios:

- La ética en el centro del saber “La universidad”
- Taller de aplicación: Vídeo “Sociedad de los poetas muertos”
- La ética empresarial
- La ética en la formación del empleado público
- Taller de aplicación: Delitos de cuello blanco

Secreto profesional: Implicaciones legales

Unidad 5:

Declaración Universal de los Derechos Humanos y Derechos Internacionales Humanitarios.

8. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS QUE CONTRIBUYEN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y DE LAS COMPETENCIAS

Bajo el marco del desarrollo por competencias que pretende integrar “el saber qué”, “el saber cómo hacer” y “el saber ser” el curso se desarrollará con las siguientes estrategias metodológicas:

El curso propone una estrategia metodológica activa. El proceso didáctico se da por descubrimiento y se propone desde la experiencia de los estudiantes una *situación-problema* que requiera de la investigación, la comunicación escrita y oral, el trabajo en equipo, la creatividad, el dominio de la técnica, como competencias básicas para solucionar el problema dado. Se combinan sesiones de clase tipo seminario y privilegia las sesiones tipo taller. Se efectúa de la siguiente manera:

1. Evaluación del estado formativo del estudiante para identificar fortalezas y debilidades en cada uno.
2. Conformación de grupos colaborativos buscando equilibrar el desarrollo de las aptitudes y favorecer la formación de líderes, propiciar la re-construcción intersubjetiva del conocimiento y fomentar una buena actitud hacia el trabajo en equipo.
3. Instrucción magistral en grupo de clase, en grupos colaborativos y personalizada.
4. Sesiones de discusión teórica, previa lectura de documentos.
5. Consultas bibliográficas físicas y virtuales.

9. RECURSOS

- Taller basado en una lectura, descubrir la necesidad de desarrollar una ética común, universal, que asegure la convivencia y la supervivencia de la especie humana.
- Taller: Con base en lecturas: “El contexto de la crisis actual de la ética”. Revolución científica, revolución sociopolítica, revolución sociocultural, etc.
- Talleres de aplicación: De nave espacial – 5 preguntas. Feria de valores.
- Taller de aplicación, vídeo “La noche de los lápices”.

10. EVALUACIÓN

En el proceso de evaluación se valorará la participación y compromiso con cada una de las actividades programadas, lo cual se tendrá en cuenta en el resultado final. Se propone hacer uso de la autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación

Cada nota evaluada será convenida y estudiada por el grupo y el profesor teniendo en cuenta el reglamento interno de la institución para este efecto.

Primera prueba individual: **10%.**

Análisis de películas: **10%.**

Parcial escrito: **25%.**

Segunda prueba individual: **15%**

Investigación sobre temas: **15%**

Final escrito: **25%**

11. BIBLIOGRAFÍA

1. GORGORA, Ángel Ignacio y LEÓN, Jesús Antonio. “El hombre y su pensamiento”
2. PÉREZ MEDINA, Julian. “Introducción a la ética”
3. RENDÓN GARCÍA, Libardo. “El hombre integrado”
4. RODRÍGUEZ, Eduardo. “Hacia una nueva moral para nuestro tiempo”.
5. ESCOBAR, Gustavo. “Ética”.
6. TIerno, Bernabé. “Valores humanos”.
7. CORNEJO, Miguel Ángel. “Colombia únete a la excelencia”

III.5. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA (Medellín): Ética de la Comunicación y el Periodismo.
(Fecha documento: 8-5-08)

FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN		PROGRAMA: COMUNICACIÓN Y PERIODISMO	
ASIGNATURA: ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO		CÓDIGO: 701703	
PROGRAMA		NIVEL	REQUISITO(S)
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO		08	Ninguno
H.T.P: 2	H.T.I: 4	H.T: 6	C.A: 2
FECHA DE APROBACIÓN DEL MICROCURRÍCULO			

1. JUSTIFICACIÓN

A pesar de que la ética es cuestión de actitudes y de vivencias, es importante disponer de un espacio de reflexión y de análisis que a manera de síntesis ponga en contacto con el horizonte humano y los fines de su acción profesional como proyecto responsable y libre. Este curso en que se utiliza la metodología del seminario investigativo, aborda los principales problemas de la ética profesional de la comunicación mediante la lectura, la discusión de casos y la presentación de ejercicios escritos.

2. OBJETIVO GENERAL

Analizar en forma crítica los principales problemas de la ética profesional de la comunicación y el periodismo

3. CONTENIDO

UNIDAD 1: NATURALEZA Y ALCANCES DE LA ÉTICA

Objetivo:

Identificar el concepto de la ética y su importancia para el ejercicio de la comunicación y el periodismo.

Temas:

- Concepto de ética
- Relevancia de la ética en las profesiones
- Ética en la comunicación y el periodismo

UNIDAD 2: CÓDIGO DEONTOLÓGICO Y CÓDIGOS DE ÉTICA

Objetivo:

Reflexionar acerca del deber ser de la profesión

Temas:

- ¿Podemos hablar de una o varias éticas?
- Ética y responsabilidad social de la comunicación y los comunicadores
- Los códigos de la ética en los distintos campos de la comunicación.
- Vida privada y vida pública y sus implicaciones en la información y en el derecho
- Análisis de casos

UNIDAD 3: LA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN EL MUNDO

Objetivo: Analizar comparativamente los distintos códigos planteados en distintos países del mundo

Temas:

- Código Internacional de ética
- Código Latinoamericano de ética
- Código Colombiano de ética
- Tribunales de ética

UNIDAD 4: CÓDIGO PERSONAL Y PROFESIONAL

Objetivo:

Estructurar una propuesta propia para el ejercicio de la profesión, y laborar, con base en el conocimiento adquirido.

Temas:

- Código de ética personal como base fundante para el ejercicio profesional futuro
- Los irrenunciables de la ética

- Debate

4. EVALUACIÓN

Tipo de Evaluación	Porcentaje
Primer parcial	25%
Segundo parcial	25%
Seguimiento	20%
Examen Final	30%

5. BIBLIOGRAFÍA

AGEJAS, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coordinadores), Ética de la Comunicación y de la Información. España: Ariel Comunicación. 2002. 364 p.

AZNAR, Hugo. Comunicación Responsable. Deontología y autorregulación de los medios. Barcelona: Ariel Comunicación. 1999. 256 p.

----- Ética de la Comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios. España: Piados. 2005. 319 p.

CONILL, Jesús y GONZÁLVES, Vincent (coordinadores). Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual. España: Gedisa. 2004. 251 p.

CORTINA, Adela. Ética de la Empresa. Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Editorial Trotta. 2000. 150 p.

FUNDACIÓN FES, El Colombiano, Cámara de Comercio de Medellín, Universidad de Antioquia. Memorias Gran Foro de la Ética. Medellín: 1997. 235 p.

HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. Bogotá: Grupo Editorial Norma. 2005. 292 p.

LUZ MADELEN RAMÍREZ GUZMÁN

Jefa Programa de Comunicación y Periodismo

MARTA LUCÍA MARTÍNEZ TRUJILLO

Secretaria General

III.6. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR (Cartagena): **Ética de la Información.**
Pfr.. (Fecha documento: 6-5-08)

1. INFORMACIÓN GENERAL

Código	: CH136	Nombre	: Ética de la información
Requisitos	: CH133	Área	: Formación Básica
Hrs/Pres.	: 2	Componente	: Fundamentación en humanidades y ciencias sociales
Hrs/T.I.	: 6	Horas presenciales totales	: 32
		Créditos:	3

2. PRESENTACIÓN DEL CURSO

El profesional debe ser responsable con la información que transmita. Por lo tanto deberá adquirir una posición ética que le permita observar los acontecimientos de una manera imparcial para que, de esta misma manera, pueda dar cuenta de los mismos a un público, en particular.

Dicha información, precisa y acorde con los hechos, involucra al comunicador social y al periodista, en particular.

3. JUSTIFICACIÓN

Los estudiantes de comunicación social, ya sea desde la organización empresarial o desde el campo periodístico, se verán enfrentados a hechos que, al dárseles un manejo no adecuado, podrían poner en tela de juicio sus propios principios éticos.

Por lo tanto, así como se da en otras disciplinas, el estudiante tiene la obligación moral de aprender a ser recto en su actuar, incorrupto y leal a sus principios profesionales.

Lo anterior, se hace más urgente en el mundo de hoy, donde se venden conciencias y se compra información para satisfacer intereses oscuros.

4. INTENCIONES EDUCATIVAS

Se pretende que el estudiante se apropie de esta materia, no sólo por las experiencias que le puede mostrar, sino por los principios de rectitud y honradez que la determinan.

Así, en el campo laboral, el futuro profesional podrá ser una garantía de confianza en su empresa porque no la va a defraudar o va a atentar contra la verdad en sus informaciones.

5. OBJETIVOS

El estudiante debe entender que lo escrito, escrito está, como reza el adagio popular. Por eso aprenderá a ser muy cuidadoso con la información que redacta, basado en la confrontación de versiones, de datos y de hechos que la determinen.

El alumno adquirirá la destreza para detectar situaciones anómalas que puedan ir en contra de la información que pretende transmitir, como la manipulación de ésta por parte de intereses oscuros. Por lo tanto, deberá aprender a hacerle seguimiento a todo lo que escriba, en razón de que con los medios tecnológicos actuales, cualquier texto puede ser maquillado o desviado de su destino.

En el caso del periodismo, el reportero tendrá que ser sincero con su público y para lograrlo deberá equiparse de datos que correspondan con la realidad, luego de hacer una concienzuda labor periodística mediante la consulta de fuentes diferentes y opuestas, así como la constatación de los hechos para no caer en engaños.

6. CONTENIDO BÁSICO

CONCEPTOS SOBRE ÉTICA DE LA INFORMACIÓN. Razón de la ética. La ética profesional. Condiciones de la profesión y de su ejercicio.

DERECHO DE INFORMACIÓN. La información, una necesidad humana. Derecho de información, derecho a la información (reconocimiento jurídico).

DERECHO DE RESPUESTA Y RECTIFICACIÓN. Obligación moral y legal de la rectificación (legislación colombiana). No tener que rectificar, esa es la idea.

DELITOS DE LA INFORMACIÓN. Contra la integridad moral de las personas, contra el derecho de propiedad, contra la tranquilidad pública. La responsabilidad civil.

7. METODOLOGÍA

El desarrollo de esta curso se basará en el estudio de casos, en el análisis de películas sobre el tema, así como en el sustento teórico sobre la materia.

Cada estudiante deberá adelantar un trabajo central durante el período académico, al cual se le hará un seguimiento evaluable desde comienzo del semestre.

Los resultados de la investigación deben exponerse ante un público que tenga como oficio el manejo de información.

El estudiante, quien no solamente deberá apoyarse en textos, deberá consultar los temas que se le planteen con distintas fuentes, sea de orden periodístico o judicial, según la circunstancia.

No se descarta el trabajo en equipos, como una manera práctica de analizar casos relacionados con la ética de la información.

EVALUACIÓN

La pertinencia de la investigación, así como la trascendencia de la misma, será un requisito para evaluar de manera cualitativa el trabajo.

Se hará, por su parte, un seguimiento calificable del trabajo central y se evaluarán los análisis que los estudiantes hagan de los casos que se les planteen.

Desde luego, la puntualidad en las clases y en la entrega de trabajos, será fundamental para darle una calificación cualitativa al estudiante.

BIBLIOGRAFÍA

- MEJÍA, María Victoria. Propaganda totalitaria. Editorial Universidad de Antioquia.
- KOYRÉ Alexandre. La Función política de la mentira moderna.
- RESTREPO, Javier Darío. Cartas de guerra. Editorial Universidad de Antioquia.
- BEARDON, Katihen Kelley. La persuasión de la comunicación: teoría y contexto. Paidós. Barcelona.
- LOPERA, Alfonso. Ética del periodismo y la comunicación. Editorial Universidad de Antioquia.

		Fecha
DIRECTOR DE PROGRAMA	REGISTRO ACADÉMICO	1P-08

III.7. UNIVERSIDAD DE BOYACÁ (Boyacá): Ética. Pfr. Camilo Castellanos. (Fecha documento: 23-2-07)

1 IDENTIFICACIÓN			
PROGRAMA	COMUNICACIÓN SOCIAL		
CURSO	ÉTICA		
CÓDIGO	32708	CRÉDITOS	
TRABAJO PRESENCIAL (hr)	4	TRABAJO INDEPENDIENTE (hr)	8
TIPO	TEÓRICO PRÁCTICA	SEMESTRE ACADÉMICO	SÉPTIMO
PROFESOR	CAMILO CASTELLANOS C.	DEPARTAMENTO PROGRAMA	ÉTICA Y HUMANIDADES
COMPONENTE		SUBCOMPONENTE	
PRE-REQUISITOS	COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y DESARROLLO		
CO-REQUISITOS			

2 DESCRIPCIÓN

La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido de un moscardón” Gabriel García Márquez.

Nos encontramos en un mundo en el que con frecuencia se habla de corrupción, falta de principios y valores; señalamos a quienes nos han engañado; reconocemos los males que afligen a la humanidad y, al final todos al unísono atinamos a decir: “nos falta ética”, “se han perdido valores”, etc. Es entonces, necesario observar y cuestionar las costumbres de nuestro pueblo, su escala de valores, su actitudes y formas de actuar para así proponer y aportar algo nuevo en la construcción de nuestra sociedad.

La ética nos invita a estudiar de manera crítica y profunda al hombre como sujeto moral, su manera de actuar, su escala de valores, su conciencia, la ley, el problema de la libertad y la consecuente responsabilidad, el bien y el mal, la bioética y otros tantos problemas que conciernen a esta materia.

Empezaremos cimentando las bases de la ética general para adentrarnos en el terreno más específico de la ética profesional, no sin antes hacer un concienzudo estudio axiológico y, por último terminar con la ética del profesional de la comunicación haciendo de esta manera un camino deductivo.

3 JUSTIFICACIÓN

Nuestra meta: "ser los mejores", conlleva una profunda formación y reflexión ética para que este objetivo tenga desde ahora fuertes bases y así en el futuro nuestros egresados de Comunicación Social tengan un sello que los caracterice como exalumnos de UNIBOYACA.

El objetivo de esta materia es hacer que los Comunicadores Sociales egresados de nuestra Alma Mater adquieran las orientaciones necesarias para que más tarde en su desarrollo profesional tengan las herramientas necesarias para obrar rectamente y sean identificados por su recta manera de trabajar, por sus valores, y de esta manera se realicen plenamente, sirvan a los demás, y dejen en alto el nombre de nuestra universidad.

Hay muchas preguntas de tipo ético que asaltan al comunicador en el ejercicio de la profesión: ¿Es publicable una noticia sobre un hecho comprobado de corrupción en organizaciones de gran reputación y prestigio, o aceptadas mundialmente, a pesar de que se puede afectar el futuro de numerosas personas? ¿Debe publicarse toda la verdad a pesar de las consecuencias? ¿Hasta donde puede llegar el periodismo de opinión?

Es necesario que quien se dedica a tan noble labor como la de ser la conciencia de una sociedad tenga una muy buena formación que eduque la propia, lo forme en valores para la vida, lo estructure en una clara escala de valores y un código ético que los oriente en situaciones difíciles y les ayude a ser personas entregadas al servicio desinteresado por los demás.

4 OBJETIVOS

Estudiar los problemas fundamentales de la ética en general, axiología y específicamente la ética profesional en el campo de la comunicación para que al final del curso el estudiante tenga las bases fundamentales para tener una recta valoración de la vida, un estructurado código ético y una clara escala de valores que lo orienten situaciones difíciles y lo hagan una persona entregada al servicio de los demás.

5 DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Competencia Comunicativa: La filosofía brinda las herramientas necesarias a través de la mayéutica y la dialéctica, así como de sus contenidos para que el estudiante pueda argumentar y establecer un diálogo constructivo con las personas. La filosofía permite además que aceptemos los argumentos de los demás así como también lograr expresar con acierto los puntos de vista personales.

La filosofía busca que el estudiante de comunicación tenga las herramientas necesarias para expresar y defender sus puntos de vista.

Lingüística:

La filosofía nos permite entender la estructura y el "fenómeno" del lenguaje. De esta manera el estudiante de comunicación social podrá tener las bases suficientes para entender la dinámica y fuerza del mismo. Pensamiento y lenguaje son dos realidades inseparables, y a través de estas dos es que se estructura la filosofía. La lingüística se estructura cada vez más con el ejercicio de la filosofía.

Tímica: Al entender la esencia y el ser del hombre la filosofía nos permite desarrollar y expresar la capacidad afectiva, emocional y sentimental del hombre. El filósofo es el que se admira ante los acontecimientos cotidianos: el filósofo se conmueve y se cuestiona ante la belleza de un amanecer. La estética y la psicología son unas de las ramas de la filosofía que se encargan de las dimensiones emotivas y sentimentales del ser humano.

Ideológica: La filosofía le da al estudiante la capacidad para conocer y del mundo que lo rodea: juzgarlo, analizarlo y valorarlo. Se pretende que el estudiante sea capaz de reconocer las fuerzas ideológicas que jalonan la historia de la humanidad, así como también de poder expresar sus propias maneras de pensar en un mundo en el que las ideologías hacen parte del diario vivir.

Sociocultural: La filosofía le permite al estudiante poder entender el contexto social y cultural que le rodea para poder sumergirse en él como sociólogo y de esta manera poder analizar las fuerzas que orientan las dinámicas sociales.

Pragmática: Los conocimientos adquiridos en el curso podrán ser plasmados por el estudiante en artículos y ensayos utilizando los diferentes géneros periodísticos que permitirán desarrollar las habilidades que se requieren en su ejercicio profesional.

Competencias Cognitivas: La filosofía como ciencia del pensamiento ayuda a estructurar el mismo permitiendo que el estudiante esté en la capacidad de entender, analizar y comprender el mundo que le rodea.

Competencias Emocionales. El ser humano es un ser multidimensional y lo emocional es parte fundamental de su esencia. El curso pretende que el alumno esté en la capacidad de entender esta dimensión así como de expresar sus emociones y sentimientos.

6 CONTENIDO DEL PROGRAMA**PRIMERA UNIDAD: ETICA GENERAL****OBJETIVO ESPECIFICO:**

Identificar los problemas fundamentales del orden moral analizando sus elementos esenciales y estableciendo las bases para el desarrollo del programa.

1.1. Definición y Diferenciación de ética y moral

1.2. Presupuesto antropológico (breve estudio antropológico)

1.2.1 El hombre, sujeto moral

Origen del hombre (antropogenesis)

- Teología
- Científico evolutiva
- Concordista (T. Chardin)

Concepciones del hombre a través de la historia de la humanidad.

- antigüedad
- medieval
- modernidad
- contemporánea

Dimensiones de la persona humana

- interioridad
- encarnación
- comunicación
- afrontamiento
- libertad
- trascendencia
- acción

Visiones inadecuadas del hombre

1.3 Tipos de ética (Tradiciones ética)

1.4 Normatividad moral

Conciencia (autonomía)

- definición
- Origen y desarrollo
- Clases
- Enfermedades

Leyes y deberes (Heteronomía)

- Ley moral natural
- Ley positiva
- El sentido de la ley

Conflicto entre la conciencia y la ley

1.5 Qué es el bien y qué es el mal?

1.6 Comportamiento humano responsable

Libertad y responsabilidad

Condicionamientos de la libertad

1.7 Fuentes de moralidad

- Objeto
- Fin
- Circunstancias
- Actos intrínsecamente malos

1.8 Moralidad de los actos humanos

SEGUNDA UNIDAD: AXIOLOGÍA

OBJETIVO ESPECIFICO: Entender el concepto y dinámica de los valores, y su importancia en la vida de los seres humanos.

2.1 Definición

2.2. Variación y evolución de valores

2.3. Polaridad de los valores

2.4 clasificación y jerarquización

2.5 Los valores en la constitución política

2.6 Algunos de nuestro valores: libertad, igualdad, respeto, solidaridad, dialogo

TERCERA UNIDAD

OBJETICO ESPECIFICO: Estudiar algunos de los problemas más comunes de la ética de la información para obtener algunos criterios y orientaciones de actualización en determinadas situaciones.

3.1 Responsabilidad en las informaciones

3.2 Responsabilidad en el manejo del idioma

3.3 Manejo de la verdad

3.4 Información y pauta publicitaria

3.5 Objetividad y subjetividad

3.6 La información en los conflictos armados

3.7 Manipulación de la información

3.8 Periodismo y política

3.9 Periodismo y corrupción

3.10 Difamación y rectificación

3.11 Investigación periodística y ligereza

CUARTA UNIDAD: ETICA PROFESIONAL

OBJETIVO ESPECIFICO: Establecer los principios generales de la ética profesional analizando la profesión como medio para la realización individual y social de la persona humana.

4.1 La profesión y el profesional

- Qué es la profesión
- Vocación y aptitud
- Los principios generales de la ética profesional
- La profesión como promoción de la felicidad humana

4.2 Las virtudes sociales y la profesión

- La justicia
- La solidaridad
- Igualdad

4.3 El secreto profesional

- El secreto en general
- El secreto profesional
- Violación del secreto profesional
- Causas excusantes del secreto

4.4 Compromiso social del profesional

- La profesión como servicio social
- Función investigativa: amor a la verdad
- El profesional como agente social
- El profesional como administrador o director

QUINTA UNIDAD: ETICA DEL PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO ESPECIFICO: Conocer los códigos de ética en el ejercicio de la carrera y profesiones afines

7 NATURALEZA Y ACTIVIDADES DEL TRABAJO INDEPENDIENTE

Lecturas comprensivas
Consultas bibliográficas y en Internet
Elaboración de ensayos
Desarrollo de trabajos en grupo
Diseño y desarrollo de presentaciones informáticas
Entrevistas
Talleres

8 ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA

Hacer una aplicación de la filosofía en el área de la de comunicación mediante el desarrollo de un proyecto grupal de investigación en cualquiera de las áreas de esta.

Para el desarrollo del proyecto, la docente señalará y prestará la asesoría necesaria en los aspectos teóricos y metodológicos.

El desarrollo de las clases será dinámico y participativo para que desaparezca el "imperialismo" del profesor y así dar paso a la retroalimentación en el proceso educativo para el conocimiento sea construido en equipo.

Se realizarán mesas redondas, exposiciones, debates, trabajos de investigación, videoforos, ensayos, talleres, lectura de libros, socialización de casos y foros para que el conocimiento sea dinámico.

9 ESTRATEGIAS DE PROYECCIÓN SOCIAL

Se espera que los resultados del proyecto de investigación sean socializados con la comunidad académica y, de ser posible, con la sociedad en general a través de los medios de comunicación de que dispone la Institución.

Los resultados del trabajo grupal de investigación serán presentados a través de radio, prensa o televisión, de acuerdo con las expectativas de los estudiantes.

10 EVALUACIÓN

Se empleará el diálogo permanente con los alumnos a modo de evaluación oral y trabajos de consulta e investigación sobre los temas que contiene el programa, además de las evaluaciones mínimas que señala el Reglamento Estudiantil.

EVALUACIONES PARCIALES 20% (Mínimo dos pruebas)

EXAMEN PARCIAL 20%

EVALUACIONES FINALES 20% (Mínimo dos pruebas)

EXAMEN FINAL 40%

La evaluación será permanente y acumulativa. También se realizará autoevaluación, coevaluación, heteroevaluación y evaluación de evaluación.

La evaluación del proceso es integral: se evaluará la asistencia, puntualidad, participación.

Se evaluará periódicamente la comprensión de los contenidos a través de evaluaciones escritas y orales.

Se evaluará la elaboración de ensayos y diferentes trabajos.

11 BIBLIOGRAFÍA	
FECHA ANDRES, JOSÉ ROMAN,	Teología fundamental, serie de manuales de Teología, BAC, Madrid, 1994
SUAREZ RUIZ, PEDRO ALEJANDRO,	Ética Profesional, UPTC, IDEAD, Tunja, 1993
GONZALEZ ALVAREZ, JOSÉ LUIS,	Ética Latinoamericana, USTA, Bogotá, 1988
MESA RUIZ CARLOS GERMÁN,	Moral Cristiana, Instituto Universitario Juan de Castellanos, Tunja, 1996
MESA RUIZ CARLOS GERMAN,	Ética Sexual y familiar, Instituto Juan de Castellanos, Tunja, 1994
BULLA PINTO, RAMON BERNARDO.	LECCIONES DE ÉTICA GENERAL, Universidad de la Sabana. Bogotá 1997
BULLA PINTO, RAMON BERNARDO,	Lecciones de Ética Profesional, Universidad de la Sabana, Bogotá. 1997.
GATTI GUIDO,	Ética de las profesiones formativas, San Pablo, Bogotá, 1999
CELAM,	Educando en Valores, Bogotá, 1998
CELAM,	Educación en los Derechos Humanos, Bogotá, 1998
GRISES, GERMAIN.	Ser persona, curso de Ética, Rialp, Madrid. 1996
CORTINA, ADELA.	El mundo de los valores, ética y educación, El Búho, Bogotá, 1997
VARGA ANFDREW.	Bioética, Principales problemas. San Pablo, Bogotá, 1999
ARISTÓTELES,	Ética de Nicómaco, Porrúa, México, 1997
SABATER, FERNANDO.	Ética para Amador, Ariel, Barcelona, 1996.
MILLAN ANTONIO,	Ética y realismo, Rialp, Madrid, 1996
Ley 528.	Septiembre 14 de 1998.
ENCÍCLICAS DE LA SANTA SEDE.	Donum Vitae, evangelium Vitae, Humane Vitae, Veritatis Splendor.
CRISTINA NAVARRO:	Cómo leer el diario.
ALVIN TOFFLER:	La Tercera Ola.
HUGO AZNAR:	Comunicación Responsable. Etica y Periodismo.
EUGENE GOODWIN:	Por un Periodismo Independiente.
HERRÁN Y RESTREPO:	Etica para Periodistas.
MARÍA TERESA HERRÁN:	Tutela y Medios de Comunicación.
MARÍA TERESA HERRÁN:	La Industria de los Medios de Comunicación.
CARLOS SORIA:	La Etica de las Palabras Modestas. La ética periodística ante el desafío Terrorista.
PORFIRIO BARROSO ASENJO:	Códigos deontológicos de los Medios de Comunicación.
ERNESTO VILLANUEVA:	Deontología Informativa.
JOSEP PULITZER:	Planeando una Escuela de Periodismo.
ELKER BUITRAGO:	Legislación de Medios de Comunicación.
JOSEFA DOMÍNGUEZ:	Los Niños y los Medios de Comunicación.
LEONARDO BOFF:	Etica Planetaria desde el gran sur.
Manuales de Estilo de:	
- El Tiempo,	de Bogotá,
- El Colombiano,	de Medellín.
Daniel Prieto:	Formación del Periodista.
ADELA CORTINA:	El Mundo de los Valores.
REY Y RESTREPO:	Desde las dos orillas.
JACK FULLER:	Valores Periodísticos.
JEAN PAUL MARTHOZ:	Sin humanidad el periodismo es un negocio.
N. BLAZQUEZ:	Etica de los Medios de Comunicación.

III.8. UNIVERSIDAD DE MANIZALES (Manizales): **Ética y Legislación de la Comunicación.** Pfr. Andrés Calle y Julián Corredor. (Fecha documento: 2-5-08)

UNIVERSIDAD DE MANIZALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
ÉTICA PERIODÍSTICA Y DE COMUNICACIÓN

ÁREA DE CONOCIMIENTO:	Ciencias sociales y humanidades
CÓDIGO DE LA ASIGNATURA:	70070003
SEMESTRE:	Séptimo
PRERREQUISITOS:	Legislación de comunicaciones
HORAS SEMANALES:	3 horas
CRÉDITOS:	2
PERÍODO:	Julio-noviembre de 2007

OBJETIVO

Introducirse en los problemas que atañen a la ética, a partir del estudio y reconocimiento de las principales corrientes y escuelas de pensamiento. Tratar de entender la ética como una reflexión filosófica sobre la moral, para detenerse en el análisis de las sociedades, las culturas y la comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer una relación entre el estudio de la etología, etnografía y la conducta humana, para introducir la discusión sobre el relativismo y subjetivismo moral.
- Estudiar los fundamentos de la moral, sus concepciones tradicionales y naturales, para presentar una ética de plausibilidad, a partir de las tesis de E. Tugendhat.
- Hacer una reflexión sobre la ética Kantiana, para promover una discusión sobre la vigencia del Proyecto de la Modernidad.

CONTENIDO

- Presentación del panorama ético. La ética en relación con la filosofía. La ética en la contemporaneidad.
- Estudio de la etología; el problema de la tensión entre innatismo y conducta aprendida, en el ser humano. La moral y el relativismo cultural.
- Planteamiento y justificación del estudio de la ética. Qué son los juicios morales; los hechos y los valores.
- Cuáles son las concepciones tradicionales y naturales. Éticas basadas en la autoridad y en la razón. Kant y la ley moral, el imperativo categórico. Ética instrumentalista y utilitaria.
- La ética en la modernidad y la ilustración.
- La desestabilización de las normas en la contemporaneidad. La crítica que desde la ética se hace a las culturas. La ética frente a los postulados científicos. Una ética plausible.

METODOLOGÍA

En el inicio se presenta un plan de lecturas para trece (13) semanas, equivalentes al 70% de la materia. Las otras 6 semanas, equivalentes al 30 %, estarán a cargo de otro profesor y serán relacionadas con el análisis de ética periodística y de la comunicación. Se incentivará la lectura y la consulta de otros textos distintos a los propuestos en el plan; se traerán artículos pertinentes. En lo posible se buscará una película que apunte a ilustrar alguno de los temas centrales y se invitará a los estudiantes a conferencias, que durante el semestre se presenten en la ciudad o en la facultad, que tengan relevancia para el estudio y la discusión.

Está prevista una serie de lecturas para cada una de las 13 semanas. Las lecturas están tomadas de diferentes autores, además de Tugendhat, quien será el autor central; y deben estar leídas con anterioridad a la hora de clase. Se procurará no dictar la clase, sino sobre unos conceptos claros, discutir y formular preguntas de análisis sobre las lecturas y las posiciones de los autores. Será muy recurrente la revisión histórica, sobre todo se hará énfasis en el paso del Renacimiento a la Modernidad y sobre la democracia moderna; y se tratará de conectar estos hechos con los de la realidad nacional del pasado reciente y de la actualidad. En las clases previas a los exámenes se hará una preparación especial y se resolverán las dudas sobre estos temas teóricos y se resolverán cuestionarios. Están previstos 2 exámenes, se tratará de que uno sea escrito y el otro en forma oral, sobre tesis propuestas por los estudiantes y que recojan tanto los planteamientos teóricos, como también su pensamiento frente a la ética y la ética como problema de la comunicación.

Se hará un análisis de la vigencia del proyecto moderno y de los valores de la ilustración y del liberalismo clásico. Se hará énfasis en la relación entre lógica, ética y estética.

Para el final está previsto un trabajo escrito. Éste estará compuesto por las siguientes partes: una contextualización espacio temporal y la delimitación de un problema concreto, en relación con su formación profesional; en segundo momento, deberán presentar un análisis de la ética dentro de la Modernidad; y por último, una postura personal frente al problema, argumentada con propiedad, fundamentada en las tesis estudiadas de los diferentes autores y escuelas.

BIBLIOGRAFÍA

- TUGENDHAT, Ernst. Lecciones de Ética. Gedisa editorial. Barcelona. 1997.
- WALKER, Ralph. Kant y la ley moral. Norma. Santa Fe de Bogotá. 1999.
- CORTINA, Adela.
- CASSIRER, Ernst. Antropología Filosófica. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá. 1996.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. Mito y significado. Alianza Editorial. España. 1999.
- DARWIN, Charles. El origen del Hombre. Biblioteca EDAF. Madrid. 1982.
- VARIOS. Estanislao Zuleta. Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia. Tunja. Ediciones la rana y el águila. Tunja. 1990.
- LORENZ, Konrad. Consideraciones sobre las conductas animal y humana. Plaza & Janés editores. Barcelona. 1976.
- GUTIÉRREZ DE PINEDA, Virginia. Familia y Cultura en Colombia. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. Tercera edición. 1994.
- MORIN, Edgar. Introducción al pensamiento complejo. Gedisa Editorial. Barcelona. 1994.

- POPPER, Karl R. La responsabilidad de vivir. Ediciones Piados Estado y Sociedad. Barcelona. 1995.
- POPPER, Karl R. En busca de un mundo mejor. Piados. Barcelona. 1996.
- LE GOFF, Jacques. Pensar la historia. Altaya. Barcelona. 1995.
- HOBSBAWM, Eric. Sobre la Historia. Crítica Grijalvo Mondadori. Barcelona. 1998.
- JOHNSON, Paul. Tiempos Modernos. VERLAP Producciones Gráficas. Argentina. 1988.
- PAZ, Octavio. La llama Doble. Fondo de Cultura Económica.
- PAZ, Octavio. El laberinto de la soledad. Fondo de Cultura Económica. Santafé de Bogotá. 1994
- NARVÁEZ MONTOYA, Ancizar. El pasado inconcluso. Editorial Papiro. Pereira. 1996.
- ARANGO, Iván Darío. El enigma del espíritu moderno. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 2000.
- CAVALLI-SFORZA, Luca y Francesco. ¿Quiénes somos? Historia de la diversidad humana. Crítica. Barcelona. 1999.
- VÉLEZ, Antonio. El hombre. Herencia y conducta. Editorial Universidad de Antioquia. Medellín. 1990.
- DE ROUX, Francisco y MÚNERA, Alberto. Fundamentos para una ética ciudadana. Revista N. 15. Colegio de Altos estudios de Quirama. DUGOM. Medellín. 1992
- SANTACRUZ I, Heriberto. ¿Tiene la ética algo que aprender de la etología?. Revista NOVUM. Universidad nacional de Colombia. Sede Manizales. Año 5. N. 11. 1993.

MÓDULO: Ética Periodística

INTENSIDAD: 3 horas semanales, durante 9 semanas

JUSTIFICACIÓN

El hombre, como ser que ha de tomar innumerables decisiones en el límite temporal de su existencia, legitima así la intemporalidad misma de la reflexión ética.

Sea cual fuera nuestra circunstancia, académica o social, lo cierto es que la reflexión ética, si bien no es una alternativa concreta de solución a la crisis, sí es una condición para que los individuos y los grupos sociales empiecen a reconocerse como interlocutores, fundamento de la vida en comunidad.

Nuestro trato con el tiempo se ha quitado la carga de la tradición, y es aquí donde se amplía tanto la heterogeneidad de tiempos como la misma libertad humana, pues la civilización como proyecto consiste en sustituir las coacciones externas por las auto coacciones. Por ende, una conciencia ética de carácter auto reflexivo es un compromiso ineludible de todo profesional, al igual que una constante e ininterrumpida indagación en las particularidades deontológicas de cada disciplina, en nuestro caso, del periodismo y la comunicación social.

Es decir, la intención central es, a través de este curso, entregar elementos que posibiliten a los estudiantes la construcción de la competencia valorativa, a través del desarrollo de la capacidad crítica, para empoderarlos ante los conflictos morales que cotidianamente se les presentan, tanto en el ámbito profesional o personal.

OBJETIVOS

- Entender la ética como una reflexión filosófica sobre la moral, necesaria en todo entorno profesional, y que optimiza el análisis que el comunicador social – periodista hace sobre las sociedades, las culturas y su oficio en particular.
- Aplicar los conceptos y teorías éticas, vistos en la primera mitad del curso, a una serie de ejemplos y casos paradigmáticos propios del campo de la comunicación, en aras de construir diálogos y debates con argumentos sólidos.
- Potenciar las competencias crítica y valorativa como deberes fundamentales para alcanzar el deber de la responsabilidad social que demanda la sociedad de sus comunicadores.

CONTENIDO

1. PROBLEMAS RELACIONADOS CON EL OFICIO

- 1.1. Talleres diagnósticos sobre conceptos fundamentales.
- 1.2. Presiones y relaciones del oficio (política, economía, legislación).
- 1.3. Derecho a la información vs. Respeto a la intimidad

2. RELACIÓN EMISOR-RECEPTOR / MEDIOS-AUDIENCIAS

- 2.1 Mecanismos de control e interactividad (*ombudsman*, correo de lectores)
- 2.2 Fallos en el proceso investigativo (premura, unilateralidad en las fuentes, etc.)
- 2.3 Información y comercialización de la pauta

3. MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN ÁMBITOS ESPECÍFICOS

- 3.1 Especificidades de la información corporativa
- 3.2 Tratamiento de la información en poblaciones vulnerables
- 3.3 Los conflictos armados y su cubrimiento

METODOLOGÍA

Pese a que la ética es uno de los componentes de la denominada filosofía práctica, este discurso no se aleja para nada de la interpretación y la argumentación teóricas como fundamentos de su exposición y relación con los problemas cotidianos.

En consecuencia, el curso motivará la reflexión y el análisis a partir de la detección de problemas concretos, tales como la concentración actual de los medios de comunicación, la banalización del oficio ante el auge de la farándula y las pseudo-noticias, las consecuencias propiciadas por la innovación tecnológica, entre otros temas.

Metodológicamente, pues, el curso se centra en la reflexión. Para ello se dispondrá de la lectura de materiales escritos con base en situaciones cercanas a los alumnos, que les permita, rápidamente, ver la relevancia de este apartado de la filosofía.

La lectura de documentos escritos y audiovisuales, la escritura a partir de estos, la exposición y la investigación sobre problemas particulares, atraviesan la didáctica de este curso.

EVALUACIÓN

Para la evaluación del curso, se tendrá en cuenta la participación en clase, los trabajos individuales y grupales extra clase y las evaluaciones individuales. La nota final –de esta mitad- será el cómputo de tres notas cuyos porcentajes son los siguientes:

Exposición grupal 20%
 Informes de lectura (3) 15%
 Exámenes (2) 15%

BIBLIOGRAFÍA

AGUIRRE Z. Natalia (2005): *300 días en Afganistán*. Editorial Anagrama. Barcelona.
 AZNAR Hugo (2005): *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Paidós. Barcelona.
 BORDIEU Pierre (2001): *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama. Barcelona.
 KAPUCINSKY Rizyard (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio*. Editorial Anagrama, Barcelona.
 LIPOVETSKY, Gilles (2000): *El crepúsculo del deber*. Barcelona: Anagrama.
 RESTREPO Javier Darío (2005): *El zumbido y el moscardón. Taller de ética periodística*. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y Fondo de Cultura Económica. Bogotá.
 SARTORI Giovanni (1998): *El Homo Videns*. Traducción de Ana Díaz Soler. Taurus. Madrid.
 TREVIÑO M. Rubén (2000): *Publicidad y comunicación integral en marketing*. McGraw Hill. México.
 VÁSQUEZ F. Francisco (1991): *Ética y deontología de la información*. Editorial Paraninfo. Madrid.
 Revistas: *Chasqui*, *El malpensante*. Número, P&M

III.9. UNIVERSIDAD DEL CAUCA (Popayán): **Ética**. Pfrs. Onasis Ortega y Javier Cadavid. (Fecha documento: 7-5-08)

UNIVERSIDAD DEL CAUCA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Asignatura : **Ética**
Semestre : **VII**
Intensidad : **4 Horas**
Grupo : **A**
Período : **2007-I**
Profesor : **Onasis Ortega**

PRESENTACIÓN

La ética da cuenta de nuestras acciones, de la validez de dichas acciones y de su legitimidad; al hacerlo, la ética se propone orientar el sentido de la vida social: la praxis. La reflexión sobre las acciones humanas y en general sobre lo moral va a favor de la construcción de una sociedad en la que podamos vivir bien, es decir, una sociedad racionalmente organizada en el marco de la justicia y las libertades de sujetos autónomos. La reflexión ética se hace más urgente cuando hay un vacío moral en la sociedad, cuando la moral se debilita o falta, en ese contexto la reflexión sobre la justicia, sobre lo bueno, resulta valiosa y necesaria.

En nuestro país perviven factores premodernos en la estructura social, política y cultural; factores que afectan o limitan la sana relación entre el individuo y la sociedad, desacreditando el valor intrínseco de toda agrupación social y de la opinión pública. Nos ocurre que se ha desligado la acción política de su sustancia veritativa y objetiva, es decir, del sentido de la responsabilidad personal y de la libertad moral. Esta perversión de medios constituidos en fines justifica nuestro propósito de contribuir a la formación de la

conciencia general de la sociedad. A esta temática se enfoca la primera parte de este programa, esto es, a examinar teóricamente problemas y temas relacionados con la fundamentación moral de los individuos, el estatus de la reflexión ética en tanto conocimiento sobre lo humano y las explicaciones o respuesta que ofrece ante determinados problemas y preguntas de la vida práctica.

La segunda parte de este curso se enfoca a problemas relacionados con lo que ha venido en llamarse bioética. La bioética se entiende como la reflexión ético-filosófica sobre asuntos de la biología tales como: el aborto, la eutanasia, el medio ambiente, el trasplante de órganos, entre otros. El desarrollo tecnológico y en particular el de la tecnología médica, ha puesto sobre el tapete una serie de preguntas en torno al valor de la vida y la validez moral de las decisiones que el Estado, el cuerpo médico y lo ciudadanos toman respecto del cuerpo, la salud o la vida misma. Temas como los que acabo de mencionar resultan ineludibles para quienes en la vida profesional o como ciudadanos se enfrentan a preguntas que reclaman respuestas moralmente correctas. Las decisiones en este campo suelen chocar con las concepciones morales, las cosmovisiones del mundo, las ideas de bien, los valores morales o religiosos; por ello resulta de gran importancia el debate público y científico de estos temas.

Los temas asociados a la Bioética tienen al menos tres grandes frentes: científico, jurídico y filosófico. El aspecto científico se refiere a los descubrimientos y avances en biología, genética, embriología y medicina; los temas jurídicos van referidos a la intervención del estado, la legalidad de las acciones o su penalización y el valor jurídico de la vida; los filosóficos se refieren principalmente al ámbito ético y moral y tienen que ver con el asunto de si las decisiones son moralmente correctas y si atienden principios morales como la dignidad humana, la libertad y la justicia.

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO

Examinar distintos enfoques teóricos de la ética, conceptos, categorías y problemas relevantes. Analizar problemas actuales relacionados con la Bioética, especialmente los que se refieren al final y comienzo de la vida humana y el medio ambiente.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo temático del curso combinaré la metodología de seminario y clase magistral, que implica exposiciones temáticas del profesor, lectura y discusión en clase, lectura previa de autores y temas, elaboración de reseñas y trabajos escritos y exposiciones por parte de los estudiantes. La lectura y análisis previo de los textos es indispensable para el buen desarrollo del curso.

EVALUACIÓN

La evaluación se hará siguiendo los criterios institucionales, una calificación parcial del 70% y otra del 30%. Cada uno de los temas será evaluado y los resultados se consignaran en las dos evaluaciones formalmente exigidas. El 70% del primer parcial será evaluado de la siguiente manera: participación en clase 20%, reseñas y ejercicios escritos 20% y trabajo final 30%. Por participación en clase se entenderá: comentarios de textos, exposiciones e intervenciones en clase. El 30% final se tomará de una exposición y un trabajo escrito.

Los trabajos deben ser ensayos argumentativos en los cuales el estudiante se plantea una pregunta, plantea una crítica a determinada posición o se inserta en un debate; expresando con claridad a que se opone o refuta. En todo caso, plantéese una pregunta o problema a resolver e intente resolverla de manera coherente y documentada.

CONTENIDO

1. Introducción general del curso. Ética y formación ciudadana.
2. La Ética como saber práctico: el estatus epistemológico del saber moral.
3. La inevitabilidad de la decisión. La exigencia práctica de actuar bien.
4. La perspectiva teleológica de la Ética, la pregunta por la felicidad como fin de la vida práctica.
5. Deber moral y dignidad humana, la Ética deontológica en perspectiva kantiana.
6. Introducción a la Bioética.
7. De la Ética a la Bioética.
8. Ética y dilemas morales.
9. Las decisiones sobre el comienzo y el final de la vida, el aborto y la eutanasia.
10. El derecho a la vida.
11. Eugenesia y trasplante de órganos.
12. Desechos tóxicos y medio ambiente.

BIBLIOGRAFIA

- 1- ARISTÓTELES, *Ética Nicomáquea*, Planeta deagostini, Madrid, 1995.

- 2- KANT. Immanuel, *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Ariel, Barcelona, 1996.
- 3- DESCARTES. Rene, *Discurso del método*, Norma, Bogotá, 1997.
- 4- TUGENDHAT. Ernst, *Lecciones de ética*, Gedisa, Barcelona, 1997.
- 5- MOTTA. Cristina, (Comp.) *Ética y conflicto*, Tercer mundo, Bogotá, 1995.
- 6- PAPACCHINI. Angelo, *Derecho a la vida*, Universidad del Valle, Cali, 2001.
- 7- URRACA. Salvador, (Ed) *Eutanasia hoy un debate abierto*, Noesis, Madrid, 1996.
- 8- SINGER. Peter, (Ed) *Compendio de ética*, Alianza, Madrid, 1995.
- 9- DWORKIN. Ronald, *El dominio de la vida*.

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Área de Ética y Filosofía Política

Asignatura: Ética de la comunicación

Semestre: VII

Jornada: Diurna

Periodo: Febrero/Junio de 2006.

Créditos: 4

Intensidad horaria semanal: 4

Intensidad horaria semestral: 64

Profesor: Javier Cadavid

1. Presentación:

El mundo que habitamos¹ hoy, es un mundo de características distintas a las conocidas hace unas décadas. Esto se debe a acontecimientos de diverso orden tanto en el plano tecnológico, cultural, político y económico que configuraron lo que se conoce como la globalización o cultura global; dicho fenómeno genera lo que Giddens define como “la intensificación de las relaciones sociales a nivel mundial que vincula localidades distintas de tal manera que los acontecimientos locales son modelados por eventos que tienen lugar a muchas millas de distancia y viceversa” y todo esto gracias en parte, a la intensificación de la información e imágenes transmitidas a través de los medios de comunicación por todo el mundo, que hacen pensar en un mundo mas pequeño, mas cercano e interrelacionado, pero a la vez, un mundo mas complejo y conflictivo, en la medida en que esa interrelación produce transformaciones aceleradas en lo local, regional y mundial. Es por ello que estamos en presencia de la transnacionalización de cierto tipo de culturas, incluida la de mercado; a la conformación de poderes mundiales nunca antes vistos como es el caso de los bloques económicos organizados a lo largo y ancho de la Geografía mundial; en presencia de choques religiosos con connotaciones políticas; al incremento constante de las desigualdades sociales y la pobreza mundial; y al agotamiento y destrucción intensificada de los recursos naturales.

Ante esta perspectiva, los medios de comunicación juegan un papel preponderante en la manera como las personas perciben y asumen el mundo actual y es ahí en donde una ética de los medios nos permitirá reflexionar en torno a las formas y maneras en que se transmite las distintas clases de información, empezando por la información barrial, hasta llegar a la información que no siendo mundial se inserta en dicho ámbito y cómo esta información llega a la opinión publica del orden regional, nacional o mundial y contribuye o no, en la construcción de cierto tipo de sociedad, empezando por la familia, la escuela y la ciudadanía. Pero ciertamente, esta no debe ser una labor exclusiva de quien produce información y genera cierto tipo de valoración social a través de los medios, sino de todo aquel que se interese por analizar la información que recibe, cómo la recibe, para que la recibe y que puede hacer con ella.

Es por ello que la ética como discurso académico se presenta hoy en día como un tema de actualidad debido a su urgencia pedagógica y a su necesaria inserción en los ámbitos mínimos de las relaciones humanas, para que contribuya a forjar una ciudadanía que tenga una mirada analítica, reflexiva y critica ante los cambios que se nos impone y a los valores que estos cambios empiezan a crear en la consciencia social a través de la televisión, la radio, el Internet y la vida del consumo.

2. Objetivo General

Presentar ante los estudiantes un panorama amplio y general sobre los aspectos fundamentales en los que trabaja la ética, para que se reflexione a partir de los problemas propios de la disciplina de estudio y su relación con el entorno social.

3. Objetivos Específicos

- Analizar la importancia que tiene la ética para el ser humano, en cuanto que ella nos perfila en la toma de decisiones de manera autónoma, de acuerdo a las diferentes formas en que la moral se presenta.

¹ Etimológicamente la palabra ética deriva su significado de la palabra griega “*ethos*” que se entendía como aquel “lugar habitado por hombres y animales”, en ese sentido Martin Heidegger se refiere al “*ethos*” como lugar o morada.

- Mostrar ciertos principios éticos del mundo social, para que los estudiantes que se encuentran próximos a ejercer su profesión, puedan incorporarlos tanto en su vida práctica, como en la esfera pública.
- Mostrarle al estudiante ciertas situaciones de la vida cotidiana en donde se presentan conflictos morales, para que sean analizados y confrontados éticamente.

4. Contenido

Fundamentos básicos de la ética

Se trabajará en esta parte los conceptos básicos de la ética, su relación con distintas disciplinas del conocimiento, su relación con la moral y su aspecto epistemológico.

La moral y sus normas

Se hará una distinción entre las diversas normas morales de acuerdo a su naturaleza y se las distinguirá con otro tipo de normas, se hará un recuento histórico de la moral, y se identificarán los actos morales, los actos humanos y las distintas actividades humanas.

La ética y la axiología

Distintas definiciones de valor, características de los valores, los problemas de la existencia del valor, el problema del conocimiento de los valores, la crisis de los valores.

Principales problemas éticos

En este apartado se trabajarán los distintos problemas que tiene la ética en relación con la valoración moral, la obligatoriedad moral y los actos morales.

La ética aplicada

En esta última parte del curso se presentarán distintos problemas en relación a los intereses de los y las estudiantes, para que se planteen algunas soluciones de reflexión ética de manera tentativa. Apoyándose en lecturas de actualidad y sobre temas de la carrera de estudio.

5. Metodología

El curso combina la exposición del profesor con las intervenciones de los estudiantes. En cada sesión se asignarán temas de consulta y documentos de lectura, los cuales serán objeto de presentación y discusión por parte de los estudiantes con la orientación del profesor. De igual manera los estudiantes realizarán un protocolo por sesión.

6. Evaluación

Tanto la evaluación como el aprendizaje, son en este curso, un ejercicio permanente que requiere de la autonomía del estudiante para que planifique su proceso educativo, junto con el acompañamiento del docente que cumple una función mediadora entre el conocimiento, la información y el o la estudiante. Por esta razón la asignatura será evaluada de la siguiente manera:

Talleres, reseñas, participación activa, cuíde de lectura: primer parcial 35%

Exposiciones, Talleres, ensayo, participación activa: segundo parcial 35%

Ensayo final con sustentación 30%.

7. Bibliografía

7.1 Básica

CORTINA, Adela. "Ética sin moral". Editorial Tecnos, Madrid España, 1995

CORTINA, Adela. "Ética mínima". Editorial Tecnos, Madrid España, 1994

CORTINA, Adela. "Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y sociedad". Editorial Taurus, Madrid España, 1998.

CONILL, Jesús. GOZÁLVEZ, Vicent. "Ética de los medios, una apuesta por la ciudadanía audiovisual". Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

HERRAN, María Teresa. RESTREPO, Javier Darío. "Ética para periodistas". Tercer mundo editores, Bogotá Colombia, 1991.

VILLORO, Luis. "El Poder y el Valor. Fundamentos de una ética política". FCE, El Colegio Nacional, México, D.F. 1997

www.saladeprensa.org

7.2 Complementaria

DILTHEY, Wilhelm. "Sistemas de la ética". Editorial Nova, Buenos Aires, 1973

KANT, Manuel. "Fundamentación de la metafísica de las costumbres". Editorial Porrúa, México, DF, 2003.

HÖFFE, Otfried. "Justicia Política". Ediciones Paidós, Barcelona España, 2003

HÖFFE, Otfried. "Estudios sobre teoría del derecho y la justicia". Editorial Alfa, Barcelona España, 1988.

HOYOS, Guillermo. "Convergencia entre ética y política". Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1998

PAPACCHINI, Ángelo. "Un sistema de valores para nuestra situación y para nuestro tiempo". Universidad del Valle-Fundación para la filosofía en Colombia, 1992

SORIA, Carlos. "El síndrome del terrorismo". Ediciones del DRAC, Barcelona España, 1998.

TAYLOR, Charles. "El multiculturalismo y "La política del reconocimiento"". FCE, México, DF, 1993

TOURAINÉ, Alain. "Ética y Política. En: ¿Podremos vivir juntos? FCE, México, DF, 2001

III.10. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA (Bogotá): **Deontología Periodística**. Pfra. Marisol Cano. (Fecha documento: 22-8-07)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
DEONTOLOGÍA PERIODÍSTICA
 II-2007

PROFESOR: MARISOL CANO BUSQUETS
 canomarisol@gmail.com

HORARIO: MIÉRCOLES Y VIERNES 7:00 A.M. A 9:00 A.M.

JUSTIFICACIÓN

Se espera del periodismo, que ofrezca a la sociedad la información independiente, veraz, exacta y ecuánime que todo ciudadano necesita para ser libre y gobernarse a sí mismo. Si al periodismo se le pide algo distinto o empieza a debilitarse, dicen Bill Kovach y Tom Rosenstiel, lo que se debilita es la sociedad democrática.

Vivimos un momento histórico en el que la profesión del periodista y sus valores fundamentales se encuentran presionados por múltiples factores. Grandes transformaciones en el sector de las comunicaciones y de los medios -convirtiéndolo en uno de los más dinámicos y flexibles del entorno social-; penetración creciente y nuevos usos de las tecnologías de la información y la comunicación; otros roles en la producción, la mediación y la recepción de información, presentan un nuevo panorama al ejercicio periodístico.

De ahí el sentido de adentrarse en los deberes y normas éticas de la profesión, conocerlas, debatirlas y proyectarlas.

OBJETIVOS

- Estudiar, comprender su dimensión y apropiar los valores esenciales del periodismo.
- Entender los principios constitutivos de la ética en el periodismo.
- Conocer el marco legal, las normas, los tratados y los códigos relacionados con el ejercicio del periodismo.
- Desarrollar capacidades para la reflexión, el análisis y la toma de decisiones frente a dilemas éticos en el ejercicio de la profesión.
- Apreciar la dimensión de los derechos a la libertad de expresión, a la libertad de información y a la libertad de prensa, estudiar y reflexionar sobre su estado en Colombia y en el mundo.

CONTENIDOS

1. Identidad profesional y valores esenciales del periodismo
 - Compromiso con la verdad
 - Independencia
 - Responsabilidad social
2. Ética en el Periodismo
 - Ética en el ejercicio cotidiano
 - Dilemas éticos
 - Principios para la toma de decisiones éticas
 - Periodista y empresa periodística
3. Marco legal, códigos, convenios internacionales
 - Constitución política de Colombia
 - Libertad de prensa y derechos fundamentales
 - Regulación y autorregulación, códigos de ética y manuales de estilo
 - Cláusulas profesionales protectoras de la profesión
 - Responsabilidades de la prensa
 - Convenios y tratados internacionales
4. Libertad de expresión, de información y de prensa
 - Estado de la libertad de prensa en Colombia y en el mundo
 - Sistemas de protección y autoprotección
 - Organizaciones de defensa de la libertad de expresión

METODOLOGÍA

- Lectura de textos, exposición y trabajos escritos.

- Estudio y discusión de casos.
- Recreación de situaciones propias del ejercicio cotidiano del periodismo.
- Ejercicios y reflexiones en grupo en el aula.

EVALUACIÓN

A. Se evaluarán las siguientes habilidades de los estudiantes:

- Capacidad de comprender los textos propuestos y de elaborar un discurso propio sobre los temas fundamentales del periodismo y la libertad de prensa en nuestros días.
- Capacidad de aplicar lo aprendido en los textos y la cátedra al análisis de prácticas contemporáneas del periodismo colombiano.
- Capacidad de investigar y desarrollar materiales periodísticos relacionados con las temáticas del curso.

B. La nota se compone de tres evaluaciones a lo largo del semestre:

- Primer parcial: 30 por ciento.
- Segundo parcial: 30 por ciento.
- Trabajo final (asignado a mediados del semestre): 40 por ciento

Las notas de los parciales se formarán con base en quizes, trabajos escritos, participación en clase y aportes a los temas debatidos por parte de los estudiantes. En los trabajos escritos se tendrá siempre en cuenta el buen uso del idioma y la correcta aplicación de las normas ortográficas.

No habrá trabajos o quizes supletorios, ni exámenes de recuperación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agejas, José Ángel y Serrano, Francisco José. *Ética de la comunicación y de la información*. Ariel Comunicación. Barcelona, 2002.
- Aznar, Hugo. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Paidós, Barcelona 2005.
- Bonete, Enrique (comp.). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos. Madrid, 1995.
- Conill, Jesús y Gozávez, Vicent. *Ética de los medios*. Gedisa. Barcelona, 2004.
- Federación Internacional de Periodistas (FIP). *Libertad de expresión y periodismo. Fundamentos normativos*. FIP/Ceso. Bogotá, 2007.
- Federación Internacional de Periodistas (FIP). *Manual de protección para periodistas*. FIP. Bruselas, 2007.
- Goodwin, Eugene. *Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 1994.
- Herrán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío. *Ética para periodistas*. Grupo Editorial Norma. Bogotá, 2005.
- Herrán, María Teresa. *Tutela, periodismo y medios de comunicación*. Tercer Mundo Editores/Fescol. Bogotá, 1993.
- Instituto Internacional para la Seguridad de Periodistas (INSI). *Matar al mensajero*. El grave costo de la información. INSI. Bruselas, 2007.
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. *Los elementos del periodismo*. Ediciones El país. Madrid, 2003.
- Lombana, Jaime. *Injuria, calumnia y medios de comunicación*. Dike/Universidad del Rosario. Bogotá, 2006.
- Loreti, Damián. *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Paidós. Barcelona, 1995.
- Restrepo, Javier Darío. *El zumbido y el moscardón*. Colección Nuevo Periodismo. Taller y consultorio de ética periodística. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano/Fondo de Cultura Económica. Bogotá, 2004.
- Restrepo, Javier Darío. *40 lecciones de ética*. Colección Documentos. Debate. Caracas, 2006.
- Rey, Germán. *La fuga del mundo. Escritos sobre periodismo*. Debate. Bogotá, 2007.
- Roura, Víctor. *Cultura, ética y prensa*. Croma/Paidós. Barcelona, 2001.
- Varios autores. *Libertad de prensa y derechos fundamentales. Análisis de la jurisprudencia constitucional en Colombia (1992-2005)*. Fundación Konrad Adenauer/Dejusticia/Andiarios. Bogotá, 2006.
- Manuales de estilo de medios periodísticos.

REFERENCIAS EN LA RED

Páginas oficiales de Article 19, Comité de Protección de Periodistas, Federación Internacional de Periodistas, Fundación Para la Libertad de Prensa, Reporteros sin Fronteras, UNESCO.

PROGRAMA**Asignatura:** Ética, Derecho a la Información y la intimidad - 2007-1**Código** 49190302**Docente:** María Teresa Herran**TEL:** 326 68 20 (extensión 615) **CEL:** 315 899 73 39mherran@ucentral.edu.co**I-HORARIO**

Jornada diurna: viernes de 11 am a 1 pm; Jornada nocturna: Miércoles de 6-8 pm

Intensidad: dos horas semanales en cada jornada mas 2 h. de trabajo independiente.

ESTA ASIGNATURA ES ELECTIVA. NO TIENE PRERREQUISITO**II- TEMÁTICA****ETICA, DERECHO A LA INFORMACION DERECHO A LA INTIMIDAD Y OTROS DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES****III-OBJETIVOS GENERALES:**

Proporcionar los elementos básicos para la comprensión de las implicaciones que sobre la democracia tiene el derecho a la comunicación, en particular, la libertad de opinión y el derecho a la información. Relacionarlos con los principios éticos básicos para el ejercicio responsable del periodismo y de la comunicación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Se busca que el estudiante:

- 1- a partir de su propia experiencia y vivencia ética, se aproxime a los derechos humanos fundamentales y llegue con sus compañeros a consensos éticos en relación con el periodismo y la comunicación.
- 2- comprenda e interiorice los principios generales de los derechos humanos fundamentales en el contexto de su evolución histórica y de la realidad colombiana.
- 3- relacione la perspectiva ética y la jurídica en el derecho humano fundamental a la comunicación
- 4- relacione la responsabilidad social como colombiano con los principios fundamentales de la ética periodística
- 5- se familiarice con el vocabulario jurídico y filosófico y sepa "traducirlo" en términos entendibles para el común de los ciudadanos

IV. METODOLOGÍA. Interactiva, trabajo de campo, elaboración de archivo; búsqueda documental, elaboración de entrevistas, guión y productos con escogencia por el grupo de un género periodístico. Se hará especial énfasis en los procesos.

V- BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA.

- Herran Maria Teresa y Restrepo Javier Darío, **ETICA PARA PERIODISTAS**, Grupo Editorial Norma, 2005, 377 Págs.
- Uprimny Rodrigo, Fuentes Adriana, Botero Catalina, Jaramillo Juan Fernando, **LIBERTAD DE PRENSA Y DERECHOS FUNDAMENTALES**, Andiaros, KAS, de Justicia, primera edición 2006, 448 páginas (Selección
- Sentencia según temática escogida
- CODIGO DE ETICA DEL CIRCULO DE PERIODISTAS DE BOGOTÁ
- Medios para la Paz, **MANUAL TRATAMIENTO RESPONSABLE DEL DESPLAZAMIENTO** (en especial capítulo 1 y 2)

Bibliografía Sugerida:

<u>1</u>	Camps Victoria, " La imaginación ética", Ariel 1991, 216
<u>2</u>	Herran Maria Teresa , Tutela , periodismo y Medios de Comunicación, Tercer Mundo-Fescol, 1993, 234 Págs.
<u>3</u>	www.flip.org.co (Fundación para la Libertad de Prensa- Colombia)
<u>4</u>	www. Medios para la paz.org.co

VI EVALUACIÓN:

CRITERIOS	PARCIAL 1 30%	PARCIAL 2 30%	FINAL 40%
Parcial 1. 1) caso sentencia en grupo	10%	%	%
2) articulo personal sobre sentencia	10%	%	%
3)Test	10%	%	%
Parcial 2		%	%
Presentación en grupo de un caso		15%	

Artículo personal sobre el caso		15%	
Final :			
Test			10%
Trabajo voluntario adicional			10%
Trabajo final *			20%

* Puede ser trabajo para otra asignatura en el cual se calificaría la perspectiva de derecho humanos fundamentales y, en particular, derecho a la información y a la intimidad

VII- Sesiones:

SESION 1. N enero 31; D febrero 2

Presentación del programa y explicación de la metodología. Conformación de grupos. Selección y asignación de sentencias y temáticas **EJERCICIO:** Qué es para mí la felicidad. Cómo puedo lograr que otros sean felices. **LECTURAS PARA LA SIGUIENTE CLASE:** Ética (39-45)

SESION 2. N febrero7; D febrero 9

Derecho y moral: similitudes y diferencias. El artículo 20 de la Constitución desde las perspectivas ética y jurídica. Comunicación, opinión, información. El discurso del odio **EJERCICIO:** Opinión: el caso Triana /Lisandro Duque (F 105) T1198/2004 **LECTURA:** Ética (115-144)

SESION 3: N febrero 14; D febrero 16

La Evolución histórica de los Derechos Humanos y en particular de la Libertad de Prensa. **EJERCICIO:** análisis de un caso en clase. (Premios CPB, por ejemplo) **LECTURA:** UPRIMIY 16-31

SESION 4: NOCTURNA febrero 21; DIURNA febrero 23

El núcleo esencial del derecho a la información. Principio de ponderación. Veracidad e imparcialidad como límites internos. La censura. **EJERCICIO:** Caso Navarro Wolf (F31) T484/94; Caso Semana y Alcaldes de la Guerrilla (F58) T066/98) **LECTURA:** Ética 147-187 /295-

SESION 5. NOCTURNO febrero 28; DIURNO marzo 2 PARCIAL - TEST - CASO

SESION 6: N marzo 7; D marzo 9

Responsabilidad Social. Efectos civiles. **EJERCICIO:** Caso El Espectador - Francisco Penagos (123) CSP 154/99.- **LECTURAS:** Búsqueda en Internet

SESION 7: N marzo 14; D marzo 16

Plagio **EJERCICIO:** colectivo en clase.- **LECTURA:** Ética 219-236/ 273-293

SESION 8: N marzo 21; D marzo 23

Rectificación **EJERCICIO:** Caso del suicidio (F81) T036/2002 **Caso Huertasgate** (F76) SU 1721/2002 **LECTURA:** UPRIMNY 35-56

SESION 9: N marzo 28; D marzo 30

La dignidad. Derechos a la intimidad, a la honra y al buen nombre. **EJERCICIO:** El enfermo de Sida (f85) T526/2002. La flor del trabajo (F102) T787/2004. Caso del cantante Orozco (F8) T 611/92. Tanga mortal (F26) T259/94. Cámara escondida (F68) T094/2000

SESION 10- n abril11; D abril 13

Continuación de la sesión sobre intimidad, honor y buen nombre. **LECTURA:** UPRIMNY 190-199

SESION 11: PARCIAL N ABRIL 18 D ABRIL 20

SESION 12: N ABRIL 25; d ABRIL 27

Acceso A documentos y secreto profesional **EJERCICIO:** el secreto profesional Polo Solano vs. DANCOOP (F3) T473/92.- **LECTURAS:** Lectura de la Declaración de los derechos del niño o de la ley de infancia /2005

SESION 13- n MAYO 2; D MAYO 4:

Los derechos prevalentes de los niños y su tratamiento en los medios de comunicación

EJERCICIO: Análisis de casos en clase. **LECTURA:** Uprimny 205-210

SESIÓN 14 - N MAYO 9; D MAYO 11

El espectro electromagnético y los servicios de radio y TV.

EJERCICIO: El mañanero de la mega (F117) Acción popular. Caso de la Emisora Cristina Comunitaria (F87) T838 /93

LECTURAS: manual de tratamiento responsable del desplazamiento (capítulo 1 y 2)

SESION 15: N MAYO16; D MAYO 18

El tratamiento de los temas especiales: conflicto armado y desplazamiento

SESION 16: N MAYO 23; D MAYO 25 TEST Y PRESENTACION DE TRABAJOS Y EXAMEN FINAL.**SESION 17: N MAYO30; D JUNIO 1 RESULTADOS Y ANALISIS DEL TRABAJO SEMESTRAL DE ESTUDIANTE**

VIII METODOLOGÍA: interacción con el docente, análisis deductivo, mayéutica e inductivo, investigación personal, búsqueda de casos

IX CRITERIOS DE EVALUACION

CRITERIOS	PARCIAL No. 1 30%	PARCIAL No. 2 30%	FINAL 40%
Parcial 1 - presentación sentencia en grupo	10%	%	%
Artículo personal sobre sentencia	10%	%	%
Test	10%	%	%
Parcial 2		%	%
Presentación en grupo de un caso		15%	
Artículo personal sobre el caso		15%	
Final :			
Presentación de un caso escrito, programa TV* radio			20%
Test			10%
Trabajo voluntario adicional			10 %

* El caso final puede ser compartido con otra asignatura. En este caso, se calificará el componente de derecho a la información y otros derechos humanos fundamentales

X ESTRATEGIAS PEDAGOGICAS

- Estrategias pedagógicas del profesor : 1- comprensión dialógica y mayéutica de conceptos fundamentales de la ética periodística y del derecho a la comunicación; 2- análisis de derechos humanos en películas, videos etc. 3- Mediante apropiación de conceptos, comprensión de procesos éticos y jurídicos relacionados con el derecho humano fundamental a la comunicación.
- Trabajo que debe realizar el estudiante: exposición por grupos de sentencias relacionadas en forma de programa radial, televisivo, exposición fotográfica comentada, representación escénica. Estudios de caso con presentación personal de un escrito de las presentaciones colectivas (radio, TV, teatro, danza etc.), según la percepción de cada cual de su propio trabajo en el grupo.

Reglas de juego: las puertas de la clase se cerraran veinte minutos después de la hora máxima de llegada convenida con los estudiantes. A partir de ese momento se contabilizaran las fallas, salvo excusa justificada. Se deberán apagar los celulares.

III.12. UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA (Bogotá): **Ética**. Pfra. Patricia Gómez. (Fecha documento: 7-5-08)

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Programa de Contenidos

Denominación:	ÉTICA
Nivel de formación:	Ciclo Profesional
Área:	ÉNFASIS PERIODISMO
Semestre:	VIII
Intensidad horaria del curso:	
Créditos:	32 HORAS 2
Modalidad:	
Prerrequisitos:	Ciclo Básico
Período académico:	Primer semestre de 2008
Profesor:	Patricia Gómez

Justificación:

La ética es uno de los pilares fundamentales del ejercicio periodístico, porque sobre la prensa recaen grandes responsabilidades en una sociedad abierta y democrática. Una prensa vigilante, atenta fuerte y honesta ayuda a controlar los gobiernos y a equilibrar las demandas de los diferentes sectores de la población de un país. “Los Periodistas, son los ojos los oídos y la boca de una sociedad”, como lo afirma Javier Darío Restrepo. Y de ahí, la importancia de que los reporteros trabajen al lado de los principios contemplados en la Deontología Periodística.

Objetivo General:

Los estudiantes podrán aplicar el análisis ético, a los problemas reales del periodismo, en la cotidianidad de un reportero.

Competencias

Contextual (s):

Los estudiantes podrán reflexionar con argumentos y claridad, sobre la aplicación de la ética al ejercicio diario del periodismo.

Conocerán los principios básicos de los diferentes Códigos Periodísticos

Valorativa (s):

Estarán en capacidad de tomar decisiones, durante el ejercicio de su carrera, sobre el manejo ético de casos cotidianos en el trabajo periodístico.

Estarán en capacidad de analizar casos de ética aplicada, en la agenda mediática.

Metodologías:

Análisis de caso

Estrategia pedagógica:

La metodología combina la cátedra magistral con lecturas y análisis de casos observados en la aplicación diaria de la profesión.

Unidades temáticas:

PRIMERA SEMANA

REVISION DE CONCEPTOS BASICOS EN ETICA PERIODISTICA

Se pondrán en común conceptos fundamentales como qué es y para qué es necesaria una Deontología del Periodismo. El Deber Ser de un periodista. Valores y principios que debe defender un reportero.

SEGUNDA SEMANA

REVISION DE CONCEPTOS ETICOS

¿Cómo se forma la ética? ¿Para qué una ética civil? ¿Qué es ética comunicativa?

Se analizarán los principales problemas éticos de la prensa internacional a partir de eventos coyunturales (como el 11 de septiembre, la invasión a Irak).

TERCERA SEMANA

ÉTICA ENTRE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN Y PERIODISTAS

Principios que se deben tener en cuenta frente a las Empresas de Comunicación:

- IMCOMPATIBILIDAD
- CORRUPCIÓN
- ENCUBRIMIENTO
- CONFLICTO DE INTERESES

RELACION ENTRE EL REPORTERO Y LAS EMPRESAS

Los reporteros deben definir en que “orilla” están y estar listos para responder a presiones indebidas por parte de relacionistas públicos o a recibir prebendas por disfrazar información. Los periodistas deben estar en capacidad de analizar si la información que recibieron es publicidad o si, realmente, es de interés público.

CUARTA SEMANA.

ETICA ENTRE EMPRESAS Y SUS EMPLEADOS: LOS REPORTEROS.

DESDE LA EMPRESA

- Discriminación hacia sus periodistas (religiosas, políticas)
- Imposiciones dudosas de información (noticias no acordes con el interés general)
- Diferenciar: publireportajes, publicidad política e información de real interés para la audiencia.

DESDE EL PERIODISTA HACIA LA EMPRESA

- Disponibilidad
- Lealtad con la empresa (no vender información a otros medio)
- Prácticas corruptas (mal manejo de dinero y viáticos)
- Conflicto de intereses (económicos y políticos)

Por último, se aclarara en que consiste la “Cláusula de Conciencia”.

QUINTA SEMANA

ANÁLISIS PRÁCTICO DE DOS CASOS CONCRETOS CON PROBLEMAS ETICOS ENTRE PERIODISTAS Y EMPRESAS. LOS CASOS SE SELECCIONARÁN DE ACUERDO A LA COYUNTURA Y LA CIRCUNSTANCIA POLITICA.

SEXTA SEMANA

Otras normas éticas importantes ante realidades periodísticas como el secreto profesional y métodos para obtener información sin incurrir en prácticas antiéticas.

Esta parte comprende: examinar cuáles son los métodos validos para conseguir información y cuándo y cómo se puede caer en prácticas como el soborno, la intimidación y el engaño para obtener datos que requiere una noticia o un reportaje investigativo.

SÉPTIMA SEMANA

Discusión sobre la forma como se obtuvo información en dos reportajes investigativos

- A- El primo estafador del Presidente.
- B- El caso donde los periodistas se hacen pasar por víctimas para confirmar como se estafa a usuarios de vehículos públicos.

OCTAVA SEMANA

Dilemas éticos del periodista bajo un conflicto armado.

- Relación con los actores armados
- El Periodista no puede confundir su papel.

Evaluación:

Discusión en clase, Verificación de lecturas y un examen final.

Bibliografía

“ El periodista y las decisiones morales”, Jesús Urbina
 “Camilo José Cela y Dodecalogo Ético”, Rosa Zeta.
 “Ética, Periodismo y Guerra”, Txetxun Austin.
 “Periodismo en tiempos de guerra”, María Isabel Torres
 “Ética para periodistas”, Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán
 “Por un periodismo independiente”, Eugene Goodwin
 CÓDIGOS DE ÉTICA (CPB, El Tiempo, El Colombiano, El País)

III.13. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS (Bogotá): **Ética y Comunicación participativa**. Pfr. César Rocha. (Fecha documento: 1-5-08)

ÉTICA Y COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA

Profesor: César Rocha

Presentación:

La Comunicación Participativa es una corriente de pensamiento y de acción que ya es patrimonio de Latinoamérica. Este corto seminario pretende dar a conocer toda esa tradición en comunicación participativa, pero también, construir nuevos conceptos a partir de lo que hoy se conoce como la negociación de sentidos, las racionalidades y las subjetividades en el marco de la ética.

Objetivo:

Reflexionar sobre las posibilidades de la comunicación participativa como dinamizadora de los procesos sociales, tomando como eje el análisis de los dilemas sociales.

Objetivos específicos:

1. Elaborar categorías de análisis para interpretar la realidad social, vistas desde la comunicación.
2. Analizar las diferentes corrientes teóricas en el marco de la comunicación participativa.
3. Reflexionar sobre algunos dilemas sociales que dificultan la cohesión social y la construcción de tejido social.

Contenidos Del Texto.

Lo popular, lo alternativo y lo participativo en la comunicación

- * Los conceptos sobre lo popular
- * Lo alternativo en las décadas del 70 y 80
- * La participación
 - En los medios de difusión
 - En los procesos comunicativos

Las racionalidades: Lo interlocutivo, lo intersubjetivo y el interaprendizaje

- * Los dilemas sociales
- * La interlocución comunicativa
- * El capital social
- * La deliberación

Metodología:

El trabajo del seminario se desarrollará a partir de análisis de casos en los cuales los dilemas sociales se evidencien. Este trabajo colectivo se complementará con discusiones sobre los textos teóricos que queden establecidos para cada sesión y por presentaciones de resultados de investigaciones.

Bibliografía sugerida:

- Aguiar, Fernando. "La lógica de la cooperación". En: Intereses Individuales y Acción Colectiva, Editorial Pablo Iglesias, Madrid, 1992.
- Alfaro, Rosa María. "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las definiciones". En: Foro Internacional ¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas. Memorias. Universidad Minuto de Dios, Facultad de Comunicación Social - Periodismo, Bogotá, 1999.
- Camps, Victoria, Mockus, Antanas, Collazos, Oscar y Melo, Jorge. Ética y Ciudadanía. Lecciones. Ateneo Porfirio Barba Jacob, Fondo Editorial, Bogotá, 2003.
- De Sousa Santos, Boaventura. "Estado, Derecho y Luchas Sociales. ILSA, Bogotá, 1991.
- Elster, Jon. La democracia deliberativa. Editorial Gedisa, Barcelona, 2001.
- Putnam, Robert. Para hacer que la democracia funcione. Caracas, Galac, 1994.
- Rocha, César. La participación es reconocimiento. Una reflexión interdisciplinaria de la comunicación, la política, la tecnología y la cultura. CEDAL, Bogotá, 2005.
- Morin, Edgar. "Los siete saberes necesarios para la educación del futuro". Ministerio de Educación, ICFES, UNESCO, 2000.

III.14. UNIVERSIDAD DEL ROSARIO (Bogotá): **Ética y Opinión Pública**. Pfr. Hernando Escobar Vera. (Fecha documento: 20-5-08)

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
Ciclo Profesional Periodismo**

Nombre de la asignatura:	Ética y Opinión Pública
Profesor:	Hernando Escobar Vera
E-mail:	nandoev@yahoo.es, decirojala@hotmail.com
Dirección:	Calle 6C N° 78G – 39
Número de créditos:	3 (Tres)
Intensidad horaria:	3 (Tres)
Horario:	Jueves 2 a 5 pm

1. Justificación y ubicación en el programa

El posicionamiento discursivo de las eticidades (entendidas como sistemas evaluativos asociados a modos de vida) es un devenir en el que intervienen poderes entre los que sobresale el simbólico. Los medios masivos de comunicación, principales detentores de ese poder, intervienen en el proceso a través de mensajes informativos, persuasivos y manipulativos. Los periodistas deben tener conciencia sobre el carácter de esos mensajes y las dimensiones de su impacto social, en particular, en relación con las eticidades que tradicionalmente han estado en la subalternidad (en el curso se hará énfasis en mujeres, homosexuales, minorías étnicas y jóvenes). La opinión pública, en gran medida, es reflejo de los resultados de esas relaciones discursivas entre eticidades.

2. Objetivos

- Presentar y desarrollar el concepto de opinión pública
- Generar debate en torno a la ética periodística en el contexto del Derecho a la información, el carácter lucrativo de los medios y los intereses políticos de medios y periodistas
- Caracterizar y desarrollar el concepto de eticidades, en particular como respuestas individuales o colectivas a procesos y tensiones de la modernidad, como categoría sociohistórica
- Dar a conocer las funciones de la comunicación y los principales problemas que dificultan su ejercicio orientado hacia el bien común, en el marco de las eticidades
- Presentar algunas eticidades contemporáneas asociadas con percepciones y culturas políticas, y generar debate en torno a su significado social
- Generar discusión en torno a la problemática relativa a las eticidades subalternas y al peso de la comunicación masiva en el posicionamiento de eticidades como hegemónicas
- Presentar un paneo general sobre las principales teorías acerca de los usos de los medios masivos de comunicación y de sus efectos sobre la opinión pública y la construcción de eticidades
- Brindar herramientas para la planeación, ejecución y análisis de sondeos de opinión acerca de 1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político

3. Logros

Por habilidades:

- Los estudiantes tendrán las bases para planear, ejecutar, analizar e interpretar un estudio de opinión, y para evaluar críticamente los productos de los mass media e inferir sus posibles efectos sobre la opinión pública y el desarrollo de eticidades.
- Tendrán los elementos de juicio básicos para adoptar sus propias directrices éticas en el ejercicio periodístico

Por contenidos:

- Dominarán los conceptos de opinión pública, cultura política y eticidades, y conocerán los principales tipos de investigaciones acerca de los mass media y sus efectos sobre la opinión pública y el desarrollo de eticidades.

4. Contenidos y lecturas por sesiones**Sesión 1**

Tema: Presentación del curso e introducción: Ética, Eticidades, Opinión Pública, Cultura Política y Comunicación. Conceptos generales.

Lectura: Vattimo, Gianni. “Posmodernidad: ¿una sociedad transparente? Publicado en *En torno a la posmodernidad*. Barcelona, Anthropos; Bogotá, Siglo del hombre.

Lectura: Argumentación y falacias (documento preparado por el docente)

*Iniciar lectura para ensayo que se entregará en la quinta sesión (ver Formas de evaluación, primer corte)

Sesión 2

Tema: Problemas en la Comunicación: Estereotipos, prejuicios, clichés y estigmas. Funciones de la comunicación: Información, persuasión y manipulación.

Lectura: Lipovetsky, Gilles (1992). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona, Anagrama, 2002. (Primer capítulo)

Sesión 3

Tema: La cultura como contexto de la comunicación y la Opinión Pública: Discursos hegemónicos, subalternos y emergentes. Discursos, modos de vida, visiones de mundo, eticidades y poderes.

Lectura: Cruz Kronfly, Fernando. *La tierra que atardece*. Bogotá, Planeta Colombiana Editorial, 1998. (Capítulo 1)

Sesión 4

Tema: Eticidades religiosas y civiles modernas y posmodernas. Liberalismos (representativo y participativo), burguesía y crítica radical. Individualismo y eticidades críticas contemporáneas (cinismo, abyección y desesperanza) asociadas a la apatía política.

Lectura: Grupo de investigación Cultura Política y Poder Constituyente en Colombia. “Elites, eticidades y Constitución en Colombia”. En *Cuadernos de Ciencia Política*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia (Departamento de Ciencia Política), N° 2, 2004.

Sesión 5

Tema: Recibo de ensayos. Evaluación teórica.

Lectura: 1. Garzón, Ernesto. “El problema ético de las minorías étnicas”. En Olivé, León. *Ética y diversidad cultural*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.

Sesión 6

Tema: El problema ético de las minorías: Taller sobre estereotipos de Género.

Lectura: Greenberg y Brand. “Minorías y mass media: de los 70 a los 90”. En Bryant, Jennings, y Zillman, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, 1994. (Páginas 365 – 421)

Sesión 7

Tema: El problema ético de las minorías: Diversidad en la sexualidad. Plan de investigación acerca de 1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político.

Lecturas: Grupo 1: Proyecto de Ley de Parejas del mismo sexo. Revisión de artículos de prensa en 2003 y 2006. Grupo 2: Serrano Amaya, José Fernando (2004). *Menos querer más de la vida: concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos*. Bogotá: Siglo del Hombre, Universidad Central, Departamento de investigaciones, 2004 (revisión general).

Sesión 8

Tema: Opinión pública y Derecho a la Información: Concepción de servicio público y ánimo de lucro en las empresas mediáticas. Asesoría ponencias.

Lectura: McCombs, Maxwell. "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo". En Bryant, Jennings, y Zillman, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, 1994. (Páginas 7 – 33)

Lectura: Código de ética del Círculo de Periodistas de Bogotá.

Sesión 9

Tema: Debate: Opinión pública y *Agenda setting*. Opinión pública y Ética periodística.

Lectura: Lecturas recomendadas de acuerdo al enfoque de la ponencia

Sesión 10

Tema: Presentación de ponencias sobre Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo y sobre Participación juvenil en el sistema político.

Lectura: Rubin, Alan. "Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación". En Bryant, Jennings, y Zillman, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, 1994. (Páginas 555 - 581)

Sesión 11

Tema: Opinión Pública y Mass Media. Otras investigaciones acerca de los efectos. Formulación de encuestas acerca de 1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político.

Lectura: Almond, Gabriel (1980). "The intellectual history of the civic culture concept". En Almond, Gabriel, y Verba, Sidney (editores). *The civic culture revisited*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications, 1980.

Sesión 12

Tema: Opinión Pública, Culturas Políticas y Eticidades. El autoritarismo y la sumisión como base estructurante de los sistemas políticos latinoamericanos: México y Colombia.

Lectura: Gutiérrez Sanín, Francisco. "La radicalización del voto en Colombia" (2003). En Hoskin y otros (compiladores). *Colombia 2002. Elecciones, comportamiento electoral y democracia*. Bogotá: Ed. Uniandes, 2003.

Sesión 13

Tema: Comunicación Política. Estrategias publicitarias y cubrimiento noticioso mediático. Asesoría sobre investigaciones de opinión pública.

Lectura: McLeod y Kosicki. "Expansión de los efectos de comunicación política". En Bryant, Jennings, y Zillman, Dolf. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, 1994. (Páginas 169 – 221).

Revisión de artículos de prensa sobre eficacia de las campañas publicitarias de los candidatos a la presidencia y cubrimiento periodístico de los medios.

Sesión 14

Tema: Debate sobre campañas presidenciales 2006.

Sesión 15

Tema: Exposición de resultados de las investigaciones de opinión pública de los estudiantes sobre 1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político.

Sesión 16

Tema: Recibo de ensayos interpretativos sobre los resultados de las investigaciones de opinión pública. Cierre y evaluación del curso.

5. Principales prácticas pedagógicas

Exposiciones docentes interactivas

Foros de presentación y discusión de ponencias

Debates

Asesorías para la planeación, ejecución y análisis de los sondeos de opinión

6. Formas de evaluaciónPrimer corte:

1. Ensayo sobre la articulación de Eticidades, Opinión Pública y Ética Periodística. Se evaluará dominio conceptual, enfoque, claridad y sustento teórico o argumentativo. El ensayo debe tener como texto base uno de los siguientes:

- Herrán, María Teresa, y Restrepo, Javier Darío. *Ética para periodistas*. Norma, Bogotá, 2005.
- Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002.
- Soria, Carlos. *La ética de las palabras modestas*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 1997.

2. Evaluación teórica. Se evaluará el dominio de los conceptos, es decir, la capacidad para aplicarlos en contextos complejos, más allá de las solas definiciones. Se recomienda buscar ejemplos diferentes a los dados en clase para aplicar los conceptos.

Segundo corte:

Se propondrá dos temas para los sondeos de opinión (1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político), el curso se dividirá en dos grupos y cada grupo asumirá uno de los temas. Para este corte, los estudiantes prepararán ponencias en subgrupos que reflejen la investigación contextual relativa a su tema de investigación.

1. Ponencia escrita. Se evaluará pertinencia, enfoque, claridad y sustento teórico y argumentativo.

2. Sustentación de la ponencia. Se evaluará capacidad argumentativa.

Tercer corte:

1. Ponencia sobre campañas presidenciales (los subtemas son: cubrimiento de medios, eficacia de las estrategias de campaña). Se evaluará: pertinencia, enfoque, claridad, sustento documental y sustento argumentativo.

2. Presentación de resultados de sondeos de opinión. Se evaluará: cumplimiento de objetivos, claridad en la presentación.

3. Ensayo de análisis e interpretación de los resultados del sondeo de opinión. Se evaluará: pertinencia, precisión, claridad, análisis y sustentos teóricos y argumentativos de la interpretación.

Sesión 14

Tema: Debate sobre campañas presidenciales 2006.

Sesión 15

Tema: Exposición de resultados de las investigaciones de opinión pública de los estudiantes sobre 1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político.

Sesión 16

Tema: Recibo de ensayos interpretativos sobre los resultados de las investigaciones de opinión pública. Cierre y evaluación del curso.

5. Principales prácticas pedagógicas

Exposiciones docentes interactivas

Foros de presentación y discusión de ponencias

Debates

Asesorías para la planeación, ejecución y análisis de los sondeos de opinión

6. Formas de evaluaciónPrimer corte:

1. Ensayo sobre la articulación de Eticidades, Opinión Pública y Ética Periodística. Se evaluará dominio conceptual, enfoque, claridad y sustento teórico o argumentativo. El ensayo debe tener como texto base uno de los siguientes:

- Herrán, María Teresa, y Restrepo, Javier Darío. *Ética para periodistas*. Norma, Bogotá, 2005.
- Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio: sobre el buen periodismo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2002.
- Soria, Carlos. *La ética de las palabras modestas*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 1997.

2. Evaluación teórica. Se evaluará el dominio de los conceptos, es decir, la capacidad para aplicarlos en contextos complejos, más allá de las solas definiciones. Se recomienda buscar ejemplos diferentes a los dados en clase para aplicar los conceptos.

Segundo corte:

Se propondrá dos temas para los sondeos de opinión (1. Percepciones en torno al Proyecto de Ley de parejas del mismo sexo, y 2. Percepciones de los jóvenes acerca del devenir político y sus posibilidades de participación en el sistema político), el curso se dividirá en dos grupos y cada grupo asumirá uno de los temas. Para este corte, los estudiantes prepararán ponencias en subgrupos que reflejen la investigación contextual relativa a su tema de investigación.

1. Ponencia escrita. Se evaluará pertinencia, enfoque, claridad y sustento teórico y argumentativo.

2. Sustentación de la ponencia. Se evaluará capacidad argumentativa.

Tercer corte:

1. Ponencia sobre campañas presidenciales (los subtemas son: cubrimiento de medios, eficacia de las estrategias de campaña). Se evaluará: pertinencia, enfoque, claridad, sustento documental y sustento argumentativo.

2. Presentación de resultados de sondeos de opinión. Se evaluará: cumplimiento de objetivos, claridad en la presentación.

3. Ensayo de análisis e interpretación de los resultados del sondeo de opinión. Se evaluará: pertinencia, precisión, claridad, análisis y sustentos teóricos y argumentativos de la interpretación.

III.15. UNIVERSIDAD POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO (Bogotá): **Ética Profesional**. Pfr. (Fecha documento: 3-9-08)

**POLITECNICO GRANCOLOMBIANO
INSTITUCION UNIVERSITARIA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE HUMANIDADES**

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ÉTICA EMPRESARIAL

CÓDIGO DE LA ASIGNATURA:

NÚMERO DE CRÉDITOS: 3

INTENSIDAD HORARIA: 4

CONDICIONES DE INSCRIPCIÓN: Ninguna

II. DESCRIPCIÓN

La materia de Ética Empresarial pretende relacionar al Estado, la Empresa y la sociedad con la responsabilidad y compromiso de los grandes problemas sociales, económicos y políticos que se dan a nivel nacional e internacional reflexionando y analizando posibles soluciones en un marco de solidaridad, equidad y justicia.

III. LOGRO BÁSICO DE LA ASIGNATURA.

Lograr que los estudiantes puedan problematizar mediante el análisis de casos empresariales las demandas, exigencias y expectativas de las instituciones publicas y privadas para la construcción de un proyecto transversal de la ética y responsabilidad social que requiere la pluralidad y singularidad sobre los temas de equidad, solidaridad y justicia; y con estos buscar un espíritu crítico e investigativo a nivel personal y social.

IV. COMPETENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA

Identificar potenciales líderes y preparar las bases de un estilo de liderazgo que enriquezcan los valores y proporcionen herramientas para que puedan asumir con ética y profundo sentido cívico y democrático la responsabilidad en la sociedad, la empresa, la política y la economía en el nuevo contexto de la globalización.

Familiarizar a los estudiantes en el desarrollo histórico y evolutivo de los conceptos de ética y moral desde la perspectiva del nuevo fundamento de las organizaciones.

Generar habilidades y liderazgo en los estudiantes a partir de responsabilidad social como futuros profesionales.

Identificar las relaciones entre ética, empresa, economía e industria que contribuyan a la toma de decisiones.

Explorar el significado de los avances científicos, tecnológicos e industriales en las costumbres y formas de vida con criterios filosóficos que conceptualicen un ideal de vida ciudadana.

V. NÚCLEOS TEMÁTICOS

NÚCLEO TEMÁTICO 1.

Concepto de la vida humana, persona y dignidad

NÚCLEO TEMÁTICO 2.

¿Qué es moral vivida y qué es la moral pensada?

NÚCLEO TEMÁTICO 3

Ética Aristotélica

Ética Kantiana

Ética Utilitarista

Ética comunicativa

Ética aplicada

NÚCLEO TEMÁTICO 4

Ética, religión moral y política

NÚCLEO TEMÁTICO 5

Caso: “Los alumnos se tomaron la clase”

Oglastrri Enrique Universidad Los Andes. 1.993

NÚCLEO TEMÁTICO 6

Ética, deontología y códigos éticos.

NÚCLEO TEMÁTICO 7

Ética y Capitalismo

NÚCLEO TEMÁTICO 8

Ética y Globalización

NÚCLEO TEMÁTICO 9

Responsabilidad social de la empresa.

NÚCLEO TEMÁTICO 10

Empresas corporativas y su componente social

NÚCLEO TEMÁTICO 11

Que es democracia.

Mecanismos de participación

NÚCLEO TEMÁTICO 12

Derechos de primera, segunda y tercera generación

NÚCLEO TEMÁTICO 13

Responsabilidad del funcionario público.

Las veedurías ciudadanas y corrupción:

NÚCLEO TEMÁTICO 14

Análisis de casos Indupalma, Grameen Bank Muhammad Yunus o Banco de los Pobres.

VI. DESARROLLO DIDÁCTICO

Debates permanentes, exposiciones del profesor y de los estudiantes, estudio de casos, lectura de textos.

VII. EVALUACIÓN

Primer Parcial: Para obtener el primer 30% se realizará una prueba escrita sobre los temas tratados en las unidades 1,2,3,4,5 y 6. Además la participación del estudiante aportará a su evaluación.

Segundo Parcial: El segundo 30% se realizará un examen escrito sobre los temas tratados en las unidades 7,8,9 y 10.

Además, el aporte y participación en los talleres que realizará transparencia por Colombia.

Tercer Parcial: El último 40%, se cubrirán todas las unidades académicas mediante un caso empresarial

La participación durante el semestre es un criterio fundamental para la consecución de oportunidades para los estudiantes con alto riesgo de perder la asignatura. Eventualmente de acuerdo con el cumplimiento e incumplimiento de tareas asignadas, los aportes o actividades específicas, se asignarán Puntos positivos o negativos cuyo valor será una décima en la nota final de cada unidad.

VII. APOYOS REFERENCIALES**BIBLIOGRÁFICOS**

BUCHANAN J. Ética y progreso económico. Ariel, Barcelona, 1996.

CORTINA Adela. Ética de la Empresa. Ed. Trota. 2000.

CORTINA Adela. Ética de la sociedad.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

DRUCKER P.F. Administración del futuro. La década de los 90 y más allá. Barcelona, 1993.

ETICA A NICODEMO, Aristóteles.

HABERMAS Jürgen. Acerca del uso ético pragmático y moral de la razón.

HANNAD Arendt. La condición humana. 1998.

HOYOS Guillermo. Ética y educación para la ciudadanía democrática.

KANT Emmanuel. Fundamentación a la metafísica de las funciones.

MALDONADO Carlos E., Fundamentos filosóficos de los Derechos Humanos.- Sentencias de la Corte Constitucional.

MOCKUS Antanas. Ética cívica.

ORTIZ J.M.. La hora de la ética empresarial. Mc Graw Hill, Madrid, 1995.

PEREZ Luño. Derechos humanos. Estado y Derecho. Tecnos 1994.

RODRÍGUEZ Mauro. Lenguaje creativo para líderes. Mc Graw Hill. 1999.

SAVATER Fernando. La dimensión ética de la empresa. Fundación Social. 2000.

SENN L. Amarty. Liderazgo para el siglo XXI. Mc Graw Hill. 1996

SONMBARTW. El burgués. Alianza, Madrid. 1972.

AUDIOVISUALES

Videos de plenarias de La Corporación Transparencia por Colombia y La Defensoría del Pueblo y de La Presidencia de La Republica oficina anticorrupción

OTROS

Talleres de Transparencia por Colombia se programaran a todos los cursos de ética y serán desarrollados por la coordinación del área.

Conferencias

Seminarios

Talleres

Transparencia por Colombia

III.16. UNIVERSIDAD DE LA SABANA (Bogotá): **Ética de la Comunicación**. Pfr. . Pablo Álamo. (Fecha documento: 2-5-08)



**Universidad
de La Sabana**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Asignatura: ÉTICA PROFESIONAL

Área: SOCIO-HUMANÍSTICA

Semestre: VII

Profesor: PABLO ÁLAMO

E-mail: pablo.alamo@unisabana.edu.co

Ficha Técnica

Fecha: Enero de 2008

Nombre del programa: Comunicación Social y Periodismo

Prerrequisito: Ética General

Código de la asignatura: 641701

Créditos: Dos

Número de grupos: Dos

Justificación

En las diferentes profesiones, particularmente en aquellas catalogadas como liberales, la observancia de la ética constituye una parte imprescindible del ejercicio profesional y un imperativo que debe regir nuestro comportamiento frente a los diferentes sectores involucrados en el curso de nuestras actividades.

En el campo de la comunicación social y el periodismo, cuya actividad normalmente enfrenta tensiones con los derechos de terceros, la observancia de la ética cobra especial relevancia. Observar la ética significa ser éticos.

Descripción de la asignatura

Con frecuencia se confunde la ética profesional con la legalidad. Ser éticos implicaría ser legales, y en consecuencia un periodista ético sería aquél que no infringiera determinadas leyes y obligaciones. Esta visión de la ética es imperfecta. De hecho sucede que cuando abundan las leyes penales, los hombres se preocupan más de ser legales que de ser éticos.

Dado que los estudiantes ya tienen los fundamentos de la ética general, la asignatura está orientada al conocimiento sólido de los principales aspectos que plantea el ejercicio profesional de la comunicación social y el periodismo. El referente didáctico principal será el estudio de casos tomados del cine y de la vida real en los que se plantean conflictos y dilemas éticos en el transcurso del ejercicio de la profesión.

La temática afrontada será muy amplia y abordará elementos relacionados con la condición profesional de la comunicación, sus deberes éticos, sus responsabilidades legales, sus garantías constitucionales y legales, las prerrogativas como el secreto profesional y la confidencialidad de las fuentes y la relación del comunicador con sus fuentes y con el público como sujeto pasivo de la actividad comunicativa.

Objetivo General

El desarrollo de la asignatura busca que el estudiante alcance un conocimiento sólido de los principios éticos que deben guiar el ejercicio profesional, para saber aplicarlos a los principales conflictos que envuelve la comunicación social y el periodismo en la sociedad democrática y en el estado de derecho. El carácter no absoluto de las denominadas libertades de la comunicación, previstas en el artículo 20 de la Constitución Política, necesariamente obliga al periodista a tener unos parámetros específicos de comportamiento ético en la adopción de sus decisiones y la ejecución de sus acciones, aunque no siempre tales parámetros garanticen una acción ética. Se trata, en definitiva, de desarrollar unas habilidades que permitan detectar el alcance ético y la responsabilidad social que comporta toda decisión profesional.

Objetivos específicos

Lograr la comprensión básica de los diferentes componentes de la ética aplicable al ejercicio profesional de la comunicación social y el periodismo, teniendo como punto de referencia los *radicales antropológicos* de la sociabilidad humana.

Asumir la investigación de fenómenos de carácter periodístico, jurídico y práctico que envuelve el ejercicio de la comunicación social y el periodismo desde la perspectiva ética.

Profundizar en el estudio de casos ilustrativos y representativos de la aplicación de la ética profesional en el ejercicio de la comunicación social y el periodismo, a partir de historias que se han escrito en el cine.

Desarrollar la competencia interpretativa de los estudiantes en el campo de la investigación aplicada a la asignatura, así como también la capacidad de elaborar un ensayo de opinión sobre los diferentes dilemas y conflictos éticos que se plantean en el ejercicio profesional.

Competencias Generales

Unidad Temática	Competencias
La ética de la comunicación social y la información	Caracterización de la conducta ética y sus principales aplicaciones en el ejercicio del periodismo: objetividad, imparcialidad, neutralidad y verdad de la información. Desarrollar estados mentales frente a la verdad a partir de los radicales antropológicos de la sociabilidad humana.
La ética de la comunicación social y la justicia	Conocer las posibilidades y límites del ejercicio frente a los cánones éticos. Limitaciones éticas en el tratamiento de los derechos de terceros, fuentes y receptores de la comunicación. Consecuencias generadas por las conductas contrarias a la ética.
La profesión periodística y sus polos de atracción	Delimitación del sensacionalismo y de la <i>privacy</i> . Caracterización del periodismo amarillo. Fomentar la calidad, la estética y la creatividad.

Programa académico

Lecturas obligatorias:

1. Bettetini, G.-Fumagalli, A., *Lo que queda de los medios*, EUNSA, Pamplona, 2001.
2. Brajnovic, Luka. *Deontología Periodística*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973.
3. Codina, Mónica, *De la ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona, 2001.

Unidad No. 1	Semana
--------------	--------

Fecha:	LUNES 28 DE ENERO MARTES 29 DE ENERO
Sesiones:	*Introducción: ¿Qué es Ética? *Metodología del caso *Explicación del programa (claridad en las lecturas) *Introducción a los radicales
Lecturas:	*Apuntes (Radicales para la próxima clase) *Lecturas introductorias: ¿qué se entiende por Ética Profesional?

Unidad No. 2	Semana
Fecha:	LUNES 4 DE ENERO MARTES 5 DE ENERO
Sesiones:	*Comprobación de lectura (radicales) *Responder dudas con base en los apuntes *Primer caso práctico: capítulo de 24 y selección de escenas *Ejercicio: debate (búsqueda de radicales en el capítulo)
Lecturas:	*Lecturas: capítulo I: la profesión y el profesional como objeto de estudio. Brajnovic, Luka. <i>Deontología Periodística</i> , Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973.

Unidad No. 3	Semana
Fecha:	LUNES 1 DE FEBRERO MARTES 2 DE FEBRERO
Sesiones:	*Comprobación de lectura *Responder dudas con base en los apuntes *Status profesional y reglamentación del periodismo *Segundo caso práctico: video "The Corporation" *Debate *Explicación del examen parcial y caso escrito (el caso podría ser con base en algún tema propuesto por Brajnovic en los primeros tres capítulos).
Lecturas:	*Lecturas: Capítulo II (el contenido ético de la información periodística). Brajnovic, Luka. <i>Deontología Periodística</i> , Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973. Capítulo I (la verdad en la información). Bettetini, G.-Fumagalli, A., <i>Lo que queda de los medios</i> , EUNSA, Pamplona, 2001

Unidad No. 4	Semana
Fecha:	LUNES 18 DE FEBRERO MARTES 19 DE FEBRERO
Sesiones	*EXAMEN PARCIAL ORAL *CASO ESCRITO
Lecturas:	

Unidad No. 5 Y 6	Semana
Fecha:	LUNES 25 DE FEBRERO MARTES 26 DE FEBRERO

	<p>LUNES 3 DE MARZO MARTES 4 DE MARZO</p>
Sesiones 4 :	<p>SESIONES FEBRERO</p> <ul style="list-style-type: none"> *Autorregulación de los códigos éticos; responsabilidad, características y deberes de un buen periodista. *Tercer caso práctico (con base en una afirmación de acuerdo al tema) *Debate *Película <p>SESIONES MARZO</p> <ul style="list-style-type: none"> *Comprobación de lectura *Responder dudas con base en los apuntes *Triangulo informativo relación profesional-empresa *Cuarto caso práctico (con base en la película) *Debate
Lecturas:	<p>*Lecturas: capítulos II (la verdad en la ficción y el espectáculo) y III (dimensiones éticas de la narración) Bettetini, G.-Fumagalli, A., <i>Lo que queda de los medios</i>, EUNSA, Pamplona, 2001 (SESIONES DE FEBRERO)</p> <p>*Capítulos III (la profesión periodística y sus campos magnéticos) y IV (los deberes de la profesión periodística). Brajnovic, Luka. <i>Deontología Periodística</i>, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973. (SESIONES DE MARZO)</p>

Unidad No. 7	Semana
Fecha:	<p>LUNES 10 DE MARZO MARTES 11 DE MARZO</p>
Sesiones:	<p>Clase de Germán Suárez (libertad de opinión, expresión e información)</p> <p>En esta semana se enviará un mail explicando la forma de evaluación para el examen parcial; elaboración del caso con base en:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Hacer un caso con base en una tesis
Lecturas:	<p>*Lecturas: capítulos II (la verdad en la ficción y el espectáculo) y III (dimensiones éticas de la narración). Bettetini, G.-Fumagalli, A., <i>Lo que queda de los medios</i>, EUNSA, Pamplona, 2001.</p> <p>Capítulos III (la profesión periodística y sus campos magnéticos) y IV (los deberes de la profesión periodística). Brajnovic, Luka. <i>Deontología Periodística</i>, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973.</p>

Unidad No. 8	Semana
Fecha:	<p>LUNES 17 DE MARZO MARTES 18 DE MARZO</p>
Sesiones:	<ul style="list-style-type: none"> *Examen por Internet *Presentación de los casos vía mail

	Explicando la metodología de las próximas dos clases (festivo y trabajo del cuadro ético)
Lecturas:	Tiempo para ponerse al día con las lecturas obligatorias o iniciar la lectura de algún libro de los recomendados en la Bibliografía.

Unidad No. 9	Semana
Fecha:	<u>LUNES 24 DE MARZO (FESTIVO)</u> MARTES 25 DE MARZO
Sesiones:	*Película: radicales antropológicos y conflictos éticos (cuadro) *Explicación del cuadro ético para la próxima clase *Envío de apuntes vía mail (características de la conducta ética y la dimensión intelectual de la experiencia)
Lecturas:	Apuntes vía mail *Características de la conducta ética. *La dimensión intelectual de la experiencia.

Unidad No. 10	Semana
Fecha:	LUNES 31 DE MARZO MARTES 1 DE MARZO
Sesiones:	*Comprobación de lectura *Quinto caso práctico (con base en la película, tema de las lecturas, apuntes o de la clase) *Debate
Lecturas:	*Capítulo V (los códigos de honor de la profesión periodística). Brajnovic, Luka. <i>Deontología Periodística</i> , Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973. *Capítulo I: Una ética para la profesión. Codina, Mónica, <i>De la ética desprotegida</i> , EUNSA, Pamplona, 2001. *Capítulo IV (autorregulación profesional y estándares en el periodismo audiovisual). Codina, Mónica, <i>De la ética desprotegida</i> , EUNSA, Pamplona, 2001.

Unidad No. 11	Semana
Fecha:	LUNES 7 DE ABRIL MARTES 8 DE ABRIL
Sesiones:	*Comprobación de lectura *Responder dudas sobre los apuntes y lecturas *Sexto caso práctico (con base en algún tema de las lecturas pasadas)
Lecturas:	

Unidad No. 12 y 13	Semana
Fecha:	LUNES 14 DE ABRIL MARTES 15 DE ABRIL

	LUNES 21 DE ABRIL MARTES 22 DE ABRIL
Sesiones:	SESIONES DEL 14 Y 15 INVITADO SESIONES DEL 21 Y 22 *Retroalimentación tertulia *Cuadro ético *Octavo caso práctico (teniendo en cuenta el cuadro ético)
Lecturas:	PENDIENTES...

Unidad No. 14 y 15	Semana
Fecha:	LUNES 28 DE ABRIL MARTES 29 DE ABRIL <u>LUNES 5 DE MAYO (FESTIVO)</u> MARTES 6 DE MAYO
Sesiones:	SESIONES DEL 28 Y 29 *Comprobación de lectura *Responder dudas con base en los apuntes *Noveno caso práctico SESIONES DEL 5 Y 6 INVITADO
Lecturas:	

Unidad No. 16	Semana
Fecha:	LUNES 12 DE MAYO MARTES 13 DE MAYO
Sesiones:	Síntesis del curso
Lecturas:	Apuntes de clase y casos prácticos pendientes

Evaluación

La evaluación se realizará principalmente mediante *pruebas orales y ensayos de opinión*, que incluyen todo el contenido de la materia visto en clase. A través de *quices*, también se evaluará las lecturas y los ejercicios propuestos por el profesor a lo largo del curso.

No se propondrán ni se aceptarán trabajos para subir nota.

Primer parcial: Prueba oral (40%)
Ensayo de opinión (40%)
Talleres y ejercicios de clase (20%)

Segundo parcial: Prueba oral (40%)
Ensayo de opinión (40%)
Talleres y ejercicios de clase (20%)

Examen Final: Prueba oral (40%)
Ensayo de opinión (40%)

Talleres y ejercicios de clase (20%)

En los exámenes orales, se tendrá en cuenta la presentación personal y la capacidad expresiva del estudiante para demostrar la solidez de sus conocimientos.

En la realización de los ensayos, se podrá hacer uso de diccionarios y gramáticas, y el profesor se reserva la opción de subir y de bajar la nota final del ensayo en función del número de faltas de ortografía y de acentuación cometidas por el estudiante.

Bibliografía

- Aznar, Hugo. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*, Editorial Paidós, Barcelona, España, primera edición, 2005. *Ética y Periodismo*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, España, 1999.
- Botero Bernal, José Fernando. *Delitos contra el honor, estudio crítico*, Leyer Editorial, Bogotá, 2004.
- Brajnovic, Luka. *Deontología Periodística*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, segunda edición, 1973.
- Bettetini, G.-Fumagalli, A., *Lo que queda de los medios*, EUNSA, Pamplona, 2001.
- Derieux, Emmanuel. *Cuestiones ético-jurídicas de la Información*, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1983.
- Durandin, Guy. *La información, la desinformación y la realidad*, Editorial Paidós, Barcelona, España, 1995.
- Codina, Mónica, *De la ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona, 2001.
- Herrán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío. *Ética para periodistas*, Grupo Editorial Norma, cuarta edición para Latinoamérica, Bogotá, 2005.
- Lombana Villalba, Jaime. *Injuria, calumnia y medios de comunicación*, Biblioteca Jurídica Dike, Bogotá, primera edición, 2003.
- Novoa Monreal, Eduardo. *Vida Privada y Derecho a la Información, un conflicto de derechos*, Editorial Siglo XXI, México, 1989.
- Pizarro, Ramón Daniel. *La responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación*, Editorial Hamurabi SRL, Buenos Aires, segunda edición actualizada y ampliada, 1999.
- Soria, Carlos. *Derecho a la información y derecho a la honra*, Editorial ATE, Barcelona, España, 1981.

PERFIL DEL PROFESOR.

Pablo Álamo Hernández, comunicador social y periodista egresado de la Universidad de Navarra (Pamplona, España). Magíster en Filosofía, con énfasis en Ética política. Hizo sus prácticas profesionales en SNT Canal 9 de Televisión y en el periódico "Última Hora" (Asunción, Paraguay). Trabajó por espacio de cuatro años en Roma en una oficina de comunicación. Profesor de planta de la Facultad, actualmente es docente de Ética profesional, y miembro del Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana. Colabora con la agencia de noticias española ACEPRENSA y es aspirante a doctor en Comunicación Institucional en la Pontificia Universidad de la Santa Cruz (Roma, Italia).

III.17. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES (Bogotá): **Seminario de Humanidades V.** Pfra. Carmenza Alarcón (Fecha documento: 6-5-08)



Los Libertadores
Institución Universitaria

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES
PLAN ANALÍTICO DE ASIGNATURA/ (ESPACIO ACADÉMICO)

Facultad _____ Programa Formación Humana y Social

Nombre asignatura Ética Código 23010105

Área a la que pertenece Humanidades

Período propuesto en el plan de estudios Quinto Semestre

Núcleo de formación _____**Exigencia:** Obligatoria X Electiva _____**Tipo de asignatura** (teórica, práctica, teórico-práctica, seminario, laboratorio, otra...) Teórico Práctico **Fecha de elaboración** 17 de Agosto de 2007 Fecha de revisión/ aval)

- **Justificación de la asignatura en el Plan de Estudios** (pertinencia, coherencia, articulación con las demás asignaturas del Plan de Estudios, aporte de la asignatura a la formación integral del estudiante).

En el marco de la CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR, el 9 de Octubre de 1.998, La UNESCO emitió la "DECLARACION MUNDIAL SOBRE LA EDUCACION SUPERIOR EN EL SIGLO XXI: VISION Y ACCION". En el Artículo 2, del título "Misiones y Funciones de la Educación Superior", y refiriéndose entre otras a la función ética, esta Declaración contiene lineamientos muy claros respecto a que, "...los establecimientos de enseñanza superior, el personal y los estudiantes universitarios deberán:

- a) preservar y desarrollar sus funciones fundamentales, sometiendo todas sus actividades a las exigencias de la ética y del rigor científico e intelectual.
- b) poder opinar sobre los problemas éticos, culturales y sociales, con total autonomía y plena responsabilidad, por estar provistos de una especie de autoridad intelectual que la sociedad necesita para ayudarla a reflexionar, comprender y actuar.
- c) reforzar sus funciones críticas y progresistas mediante un análisis constante de las nuevas tendencias sociales, económicas, culturales y políticas, desempeñando de esa manera funciones de centro de previsión, alerta y prevención.
- d) utilizar su capacidad intelectual y prestigio moral para defender y difundir activamente valores universalmente aceptados, y en particular la paz, la justicia, la libertad, la igualdad y la solidaridad, tal y como han quedado consagrados en la Constitución de la UNESCO.
- e) disfrutar de plenas libertades académicas y de autonomía, concebidas como conjunto derechos y obligaciones siendo al mismo tiempo plenamente responsables para con la sociedad y rindiéndole cuentas.
- f) aportar su contribución a la definición y tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de las comunidades, las naciones y la sociedad mundial"².

La Universidad Los Libertadores, es consecuente con estos principios rectores de la educación superior, tanto en su estructuración filosófica a nivel de Institución, como en su actuar pedagógico, al construir sus programas curriculares con la incorporación relevante de la formación humanística.

Por otra parte, con increíble pasividad, la Colombia contemporánea vive, de manera permanente, el desmoronamiento de los valores, leyes y fundamentos morales que le han servido históricamente de cimientos y de vigas de amarre al edificio de esta nacionalidad. El Estado colombiano se debate (y se desgasta), día a día, en continuos escándalos, que al final, se presentan por similares razones: - La falta de ética, y - la inversión (o desconocimiento) de los valores humanos, por sus ciudadanos, sin distingo de niveles educativos, rangos sociales, credos religiosos e inclusive, de edades.

El egoísmo y el egocentrismo son, hoy por hoy, rasgos característicos del actuar del colombiano, y se manifiestan en la constante búsqueda de las satisfacciones individuales y personales, sin importar que en el camino que se recorra para llegar a las metas, tengan que quedar muchos tendidos y pisoteados, aun, los propios principios y las normas mínimas de convivencia.

Además es pertinente considerar que las teorías y conceptos respecto a la ética, no son iluminaciones celestiales, tampoco se forman por abstracciones subjetivas de algunos filósofos o científicos, por el contrario, son respuestas a problemas específicos a los que debe enfrentarse cualquier sociedad. Y así, en concordancia con este postulado y aceptando objetivamente la doble dimensión del hombre, moral-ética, se debe dar y retroalimentar el proceso de socialización en forma permanente, para que genere una incidencia trascendente, recíproca y recurrente, tanto en la vida del hombre como en la de la comunidad misma.

Entonces, surge la necesidad de que cada individuo tenga una formación integral, que le permita dar forma a una estructura para pensar, definir y practicar sus actos, enmarcándolos en criterios morales y materiales claramente establecidos, y ponderándolos frente a una escala de valores aceptada y adoptada de manera racional y en uso respetuoso y responsable del criterio fundamental de la ética, **la libertad**.

[†] UNESCO, Octubre 1998, Conferencia Mundial Sobre la Educación Superior, La Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción, París

• **Tiempo académico:**

No. de h /semanales presenciales: 3 horas

No. de h/ semanales de estudio independiente: 3 horas

• **No. de créditos**

2

• **Propósito de la asignatura**

Aportar al estudiante, elementos conceptuales, discursivos, y prácticos, que le permitan analizar, discernir y concluir sobre problemas éticos actuales de la realidad social y personal.

• **Desagregación de módulos, capítulos o unidades.**

Ejes temáticos o problemáticos, preguntas orientadoras (Según sea la elección pedagógico/didáctica del Programa)	Intencionalidad de formación	Competencias	Contenidos
Introducción al Seminario	Socialización del programa. Taller de Ubicación Conceptual (Etimológica/ Epistemológica).	Competencia comunicativa Competencia cognitiva Competencia procedimental	Programa de ética los Libertadores.
El concepto de ética ligado a la Modernidad	Formular una definición conceptual de Ética que vincule los preceptos filosóficos de la edad Moderna, su trascendencia y vigencia.	Competencia comunicativa Competencia cognitiva Competencia procedimental	-Breve cronología de la Ética. -Ética y Modernidad. -Qué es la Ilustración.
Ética, Sociedad y Convivencia: Reflexiones sobre el entorno nacional	Integración de conocimientos y conceptos con la realidad contemporánea, en presencia de procesos de globalización. Énfasis en la relación de lo ético con los problemas que aquejan al país.	Competencia comunicativa Competencia cognitiva Competencia procedimental	-Ética y Sociedad. - La responsabilidad colectiva ante la crisis moral y política colombiana.
Lucha contra la corrupción en Colombia, Instituciones y Programas	Examinar con sentido crítico y casos Concretos el fenómeno de la corrupción en el	Competencia comunicativa Competencia cognitiva	-Contraloría General de la República,. -Procuraduría General de la Nación. -Programa Presidencial de Lucha Contra la corrupción. -Programa

Ecoética y Bioética	país y su relación con la pérdida ética. Y conocer algunas Instituciones y Programas que luchan por prevenir y combatir esta plaga de la sociedad.	Competencia procedimental	Probidad/Confecamaras. -Transparencia Internacional Colombia. -Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial.
Ética Profesional	Conocer términos y conceptos, casos y fenómenos, que tratan sobre la vida amenazada en el planeta tierra, para promover la toma y fijación de posturas en defensa de esa vida amenazada.	Competencia comunicativa Competencia cognitiva Competencia procedimental	- Historia y generalidades de la bioética y la Ecoética. -Macrobioética. -Medioambiente. -Desarrollo sostenible. - Eutanasia - Aborto - Eugenesia - Reproducción Asistida. - Clonación - Genoma Humano.
	Analizar en forma práctica y con espíritu constructivo, los códigos de Ética para cada profesión, revisando su aplicabilidad, coherencia y vigencia en la sociedad colombiana contemporánea.	Competencia comunicativa Competencia cognitiva Competencia procedimental	--Códigos de Ética (por Profesión).

- **Estrategias pedagógico-didácticas** (el docente establece la metodología que empleará para el desarrollo de la asignatura. Esta debe ser coherente con la intencionalidad formativa y el propósito de la asignatura. La metodología ha de garantizar procesos de aprendizaje del estudiante así como el desarrollo de habilidades intelectivas superiores).

El desarrollo de este seminario supone una metodología dinámica, que cuestione permanentemente al estudiante, interactúe con él y lo motive a la reflexión, el análisis y la deducción, al tiempo que le de herramientas para iniciarlo en un proceso constructor, tanto de orden académico como a nivel práctico y vivencial.

Se soporta este desarrollo en un docente orientador, jugando el rol de facilitador del mencionado proceso y con gran disposición para el debate, la discusión contributiva y la aceptación de conceptos y aportes discordantes. Así mismo, en un estudiante inquisitivo, lector e investigador disciplinado que a esta altura de sus estudios sea dueño de valores trascendentes e inamovibles de su interior tales como, solidaridad, autonomía, honestidad, tolerancia, justicia y responsabilidad, que fundamenten el ejercicio personal de la libertad.

Con el uso de diferentes herramientas pedagógicas y la aplicación de diversas técnicas de enseñanza, tales como: talleres, cineforos, debates, investigaciones y exposiciones, además de dinamizar el proceso y evitar la rutina, se pretende que el estudiante participe activamente de su propia formación integral y estructuración ética, al tiempo que adquiere habilidades para el manejo profesional de las mismas herramientas.

Las lecturas y su comprensión, tanto de obras completas como de artículos, ensayos y escritos de diferente índole, son elementos claves dentro del proceso, ya que se constituyen siempre, en la base de las diferentes actividades a desarrollar.

Así mismo, la observación crítica de películas y/o documentales que conlleven el desarrollo de los cineforos y talleres analíticos, son piezas de ensamble de lo teórico con lo real y vivencial.

▪ **Recursos** (físicos, bibliográficos, virtuales, base de datos, material interactivo, otros)

PELICULAS Y VIDEOS

- *Los hijos de la calle.*
 - *Ciudad de Dios.*
 - *El crimen del Padre Amaro.*
 - *Amores Perros.*
 - *Una verdad incómoda (Documental).*
- Bibliografía Básica y Complementaria.*
Equipos Audiovisuales disponibles en la Institución.
Aulas Interactivas.
Bibliotecas Institucionales (física y virtual).

Proceso evaluativo (descripción de los criterios y estrategias que el docente establece con sus alumnos para evaluar el desarrollo de la asignatura. Puede determinarse auto, co y heteroevaluación. El proceso de evaluación se constituye con la participación del estudiante en las diferentes actividades programadas, su desempeño oral y escrito, su preparación anterior a la clase, su participación para el desarrollo de destrezas, competencias, desempeños, valores, actitudes y aptitudes, indicadores y contexto).

La heteroevaluación es la modalidad que se aplicará a lo largo del proceso y sus momentos de realización se sujetarán al calendario institucional.

Dado que se pretende un aprendizaje significativo y constructivo, cada uno de los instantes y elementos de desarrollo, generaran valoraciones cuantitativas y cualitativas que de manera acumulativa, permitirán medir objetivamente los resultados del proceso. Es decir, esta evaluación se construye a través de la observación y consideración objetiva del desempeño integral del estudiante en el transcurso del Seminario.

La participación activa y contributiva en las diferentes actividades que se programan, el desenvolvimiento oral y escrito, el cumplimiento y calidad en la presentación y en la sustentación de los trabajos de investigación que se propongan, el interés en los temas tratados y en los temas por tratar, reflejado en la atención a las lecturas y/o actividades complementarias que se sugieren, la disposición para asimilar constructivamente las directrices formativas de sus destrezas y competencias en ética y valores, y la capacidad de trasladar esa asimilación a un escrito, son los elementos que soportan y alimentan la evaluación.

▪ **Escala de calificación** (discriminación de actividades y calificaciones por cada corte. Apreciación cuantitativa y cualitativa de los logros en la formación integral del estudiante, del desarrollo de competencias. Resulta de la evaluación y el acompañamiento permanente del docente al estudiante).

Primer corte (30%):

- Participación constructiva en clase.
- Controles orales y escritos de lectura.
- Desarrollo de Guías/Talleres.
- Participación activa en Cineforo.
- Prueba escrita.

Segundo corte (30%)

- Participación constructiva en clase.
- Controles orales y escritos de lectura.
- Trabajo de investigación y exposición.
- Prueba escrita.

Tercer corte (40%)

- Participación constructiva en clase.
- Artículo "proyecto de vida".
- Participación activa en debate
- Examen final

• **Bibliografía Básica:** textos impresos, bases de datos, CDs, etc.

- *ALARCON, Neira José Rodolfo H. y BERNAL García Manuel J. Hacia una reflexión ética en la universidad., Tunja, Ediciones UniBoyacá, 2003.*
- *CARMONA, Orozco Julia y Otros, ESCOBAR, Triana Jaime (Director). Macrobioética., Bogotá,*

- Editorial Kimpres Ltda. para Universidad El Bosque, 1999.*
- HORTTA, Edwin de J. y RODRÍGUEZ G., Víctor. *Ética General.*, Bogotá, Editorial Universidad de la Sabana, 1994.
 - KANT, Emmanuel, *Filosofía de la Historia.*, Buenos Aires, Editorial Nova, 1964.
 - LEYVA Duran Jorge, *Escribiendo reflexiones para el amor.*, Bogotá, Ediciones Coax Pívor Ltda., 2006.
 - MATURANA, Humberto, DA COSTA Mahal y Otros, *Bioética La calidad de vida en el siglo XXI.*, Ediciones El Bosque, 2000.
 - MUÑOZ Bravo, Lino y VIDAL Arias, Jesús María. *Ética, Construyamos un mundo feliz.*, Bogotá, Editorial Fondo Educativo Panamericano, 1999.
 - RUSSELL, Bertrand, *Sociedad humana: ética y política.*, Barcelona, Ediciones Altaya S.A., 1999.
 - SIERRA, Rubén y GOMEZ-MULLER, Alfredo, *La Filosofía y la Crisis Colombiana.*, Bogotá, Taurus Editores, 2002.

ENLACES EN INTERNET

- www.alcoberro.info/planes/kant18.htm
- www.filosofia.org/filomat/index.htm
- www.bioetica.org
- www.bioeticaweb.com
- www.teologoresponde.com.ar
- www.ecologia-social.org
- www.cartadelatierra.org
- www.cambioclimaticoglobal.com
- www.etnor.org
- www.unesco.org/iiep/
- www.contraloriagen.gov.co
- www.procuraduria.gov.co
- www.anticorrupcion.gov.co
- www.transparencia.gov.co
- www.transparenciacolombia.org.co
- www.probidad.org.co
- www.ccre.org.co

PELICULAS Y VIDEOS

- *Los hijos de la calle.*
- *Ciudad de Dios.*
- *El crimen del Padre Amaro.*
- *Amores Perros.*
- *Una verdad incómoda (Documental).*

Firma del profesor

DOCENTES DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES

CARMENZA ALARCÓN GONZÁLEZ

Docente de Medio Tiempo

III.18. UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (Bogotá): **Ética y Comunicación.** Pfra. Elizabeth Heigy. (Fecha documento: 12-5-08)

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL



CURSO	ÉTICA Y COMUNICACIÓN		
CAMPO DE FORMACIÓN	Humanístico	CRÉDITOS	2
TIPO DE CURSO	Teórico		

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:

Apoyar la formación de Comunicadores Sociales Comunitarios, al igual que profesionales unadistas de otras disciplinas, capacitados para analizar con criterios éticos el estado de las comunicaciones en su región y formular propuestas creativas que garanticen la participación de la comunidad en la defensa del derecho fundamental a la información.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL CURSO:

- Importancia, origen y regulación de la libertad de expresión e información, mediante códigos de honor y constituciones políticas.
- Principios fundamentales expresados en los códigos de ética nacional, latinoamericano, internacional, europeos.
- Características de los medios de comunicación que los constituyen como Cuarto Poder.
- Los manuales de estilo y su aplicación en los medios de comunicación.
- La figura de “defensor del lector” y su función social.
- La tendencia internacional de conformación de oligopolios de comunicaciones y la configuración de un Quinto Poder.
- Los observatorios de medios de comunicación y su función social.
- Acuerdos o tratados internacionales, como al ALCA; su ingerencia en las comunicaciones y su impacto sobre las construcciones sociales, provinciales, regionales, autóctonas.

COMPETENCIA GENERAL DE APRENDIZAJE:

1. El estudiante conoce los principios éticos del profesional en Comunicación y valora su aplicación en los medios de comunicación de su región y su utilización en el trabajo con la comunidad.

Propone un código de ética ajustado al siglo XXI y un mecanismo de control con participación de la comunidad.

UNIDADES DIDÁCTICAS:

UNIDAD	CAPÍTULO	CONTENIDO
Cuarto Poder	Libertad de expresión e información	Proclamación y regulación de la libertad de expresión e información
	Principios consagrados en los códigos de ética	Principios éticos en los códigos periodísticos Análisis comparativo de códigos nacionales e internacionales
	Los poderes políticos y los medios de comunicación	Los poderes políticos en los Estados democráticos
		Derechos fundamentales y libertades públicas
		Radio, prensa y televisión
	Comunicación alternativa	Los manuales de estilo
		Oficinas de información y prensa Propaganda y manejo de imagen
Quinto Poder	El defensor del lector	La opinión pública
		El Ombudsman
		El editorial
		La participación ciudadana
	Los observatorios de medios de comunicación	Observatorios de medios de las universidades
		Observatorios de medios independientes
		Observatorios de medios y las comunidades
	Los oligopolios de las comunicaciones	Internet y multimedia
		Industria informática
		Alianzas y fusiones de empresas propietarias de los medios de comunicación
	Acuerdos y tratados internacionales en materia de comunicaciones	El satélite y el cable
		El ALCA y las comunicaciones
		Canales nacionales y canales privados

BIBLIOGRAFIA

CACUA PRADA, ANTONIO y FEANK PRIESS. Ética y Responsabilidad. Reflexiones para Periodistas. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C., organización de Asociaciones de Periodistas Iberoamericanos (OAPI). Colombia 2000

Construir país desde la comunicación. Tertulias: Comunicación y Democracia. Derechos de Comunicación y Libertad de Expresión. Documento: Globalización y Cultura. Planeta Paz. Colombia 2002

OSORIO MELÉNDEZ, A. HUGO. Políticas de información y derecho. Estudio comparativo: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Nicaragua, Perú. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C., Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación. Chile, 1997

RAMONET, IGNACIO. El quinto poder. Fundación para la Investigación y la Cultura. Colombia 2004

REY, GERMAN y JAVIER DARÍO RESTREPO. Desde las dos orillas. Ministerio de Comunicaciones. Colombia, 1995

SANDOVAL CARRANZA, JAIRO ANTONIO. Manual de Normas Esenciales sobre Medios de Comunicación. Secretaría de Prensa de la Presidencia de la República. Colombia, 2001

SCHÖNBOHM, HORST. Medios de comunicación y la intermediación política. Revista Contribuciones 2/1997. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C., Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA). Buenos Aires, 1997

THESING, JOSEF y FRANK PRIESS (Editores). Globalización, Democracia y Medios de Comunicación. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C., Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA). Buenos Aires, 1999

VALENZUELA, ALICIA, Coordinadora de la Cátedra, autores varios. Cátedra Konrad Adenauer de Comunicación y Democracia. Formación permanente para periodistas 1997. Konrad – Adenauer – Stiftung A.C., Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje. Colombia, 1998

DIRECCIONES WEB

Signo y Pensamiento, revista de la Universidad Javeriana: <http://www.javeriana.edu.co/signoypensamiento>

Organización de Estados Iberoamericanos, Biblioteca digital, Medios de comunicación: <http://www.campus-oei.org/oeivirt/medioscom.htm>

Organización Nacional Indígena de Colombia, ONIC:

<http://www.onic.org.co/medios para paz.htm>

Planeta Paz <http://www.planetapaz.org/>

Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información Colombia CMSI

<http://cmsi.colnodo.apc.org/wsispag.shtml?x=220>

Medios de Comunicación Comunitaria, artículo

<http://www.ucentral.edu.co/acn/obser/medios/pdf/BENAVIDES.pdf>

Centro Interamericano de Agricultura Tropical, CIAT. Comunicación Comunitaria

http://www.ciat.cgiar.org/es/sala_not/com.com.htm

Defensora del lector <http://www.el-nacional.com/defensor/resena.asp>

Noam Chomsky: www.infoamerica.org, <http://www.zmag.org/spanish/index>, www.rebellion.org/chomsky

Fundación Manuel Buendía: fundacionbuendia@prodigy.net.mx

Biblioteca digital OEI: www.oei.es/credi.htm

Red de Periodistas Internacionales: editor@icfj.org

Bibliotecas digitales: www.bibliotecasdigitales.com

CURSO	LITERATURA		
CAMPO DE FORMACION	Humanístico	CRÉDITOS	2
TIPO DE CURSO	Teórico		

OBJETIVO GENERAL DEL CURSO:

Formar y desarrollar en los estudiantes una actitud crítica en el campo de la literatura, familiarizándolos con los temas, épocas, movimientos, autores y obras importantes de la literatura universal, especialmente de la literatura hispanoamericana. E introducir a los mismos en la comprensión y crítica de los discursos literarios de los escritores más destacados de Hispanoamérica.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL CURSO:

Facilitar la apropiación teórica y práctica de los distintos géneros literarios que permitan el manejo riguroso de los pasos a seguir en la redacción y escritura de textos.

Hacer un recorrido y abordaje de los diferentes aspectos que caracterizan a la literatura o arte que emplea como instrumento la palabra, a fin de observar y analizar su variedad de realidades, la suma de saberes, la relación con la lengua y el lenguaje y, por supuesto, su relación con la comunicación y la información.

Proporcionar una visión general de la literatura como elemento de transmisión y renovación de ideas y figuras fundamentales, de tal manera que cubran toda la historia de la literatura, especialmente la hispanoamericana y colombiana.

Permitir el conocimiento de ciertos textos importantes y representativos de la literatura hispanoamericana y proporcionar, en la medida de lo posible, los elementos mínimos para situarlos dentro del cuadro de evolución de los periodos y géneros literarios de la época.

COMPETENCIA GENERAL DE APRENDIZAJE:

El alumno comprenderá el desarrollo de la literatura española e hispanoamericana que se dan en las diferentes épocas y las motivaciones y principales obras de los autores. Para lo cual identificará y analizará los elementos propios de la Literatura española e Hispanoamericana de la época, que de una manera especial la distinguen de la Literatura europea. Así conocerá y aplicará técnicas, procedimientos e instrumentos para elaborar un buen texto literario, utilizando los fundamentos teórico-metodológicos de la gramática y la escritura.

UNIDADES DIDACTICAS:

El curso de literatura está organizadas de manera tal que el estudiante, en primera instancia, inicie por hacer un recorrido para conocer qué es la literatura, entendida como un instrumento de la palabra y la comunicación. En este primer capítulo se hará una introducción a la literatura, se hablará de lengua y lenguaje, y se analizará la relación que hay entre literatura y comunicación.

En el segundo capítulo, se abordará el tema de la Composición literaria como arte de escribir bien. En las 3 unidades de este capítulo se tratarán los temas de la escritura armónica, los géneros literarios como ordenadores de obras literarias, y las claves para la redacción de buenos textos.

El tercer capítulo habla sobre la literatura creativa: una vía de inspiración a través de la palabra. En él se abordan 2 importantes temas como lo es el placer de escribir y la literatura creativa que se debe dar en el campo universitario.

En el cuarto capítulo se abordarán los temas de la literatura narrativa como un arte de contar historias. Aquí se dará a conocer las principales modalidades de narrativa, se profundizará en el arte de crear y escribir una historia y los estudiantes podrán conocer la aventura de narrar y escribir una novela o un cuento.

El quinto y último capítulo se dedica a hacer un recorrido por la literatura hispanoamericana. Aquí se da a conocer los períodos, proceso y diversas manifestaciones de esta literatura, y se finaliza con un recuento histórico de la literatura colombiana como manifestación cultural, donde se da a conocer los mayores representantes, y como se analiza la literatura después de la obra Cien años de soledad, escrita por el Nobel Gabriel García Márquez

BIBLIOGRAFIA:

BERNÁRDEZ, Enrique (1999). ¿Qué son las lenguas? Madrid, Alianza.

BONO, Adriana; De la BARRERA, Sonia (1998) "Los estudiantes universitarios como productores de textos". En: Lectura y Vida. Año 19, N° 4, Dic., p. 13-20

CARVALLO, Silvia (1998) "El discurso caótico: aportes para una análisis crítico". En: Periódico Universitario: Nuevo Papel [Http:// www.argiropolis.com.ar/](http://www.argiropolis.com.ar/)

CHOMSKY, Noam (1985). El conocimiento del lenguaje. Madrid, Alianza, 1989.

FOKKEMA, W. y E. Ibsch. Teorías de la literatura del siglo XX. Madrid: Cátedra, 1981.

GAYOL FERNÁNDEZ, Manuel: Teoría Literaria, tomo II, La Habana, Editorial Cultural S.A., 1960.

GREIMAS, A. J. y J. Courtés. Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid: Editorial Gredos, 1990.

LEGORBURU IGARTUA, José: Lengua y Literatura, Español 9, Libro del maestro, Madrid, España, Ediciones S.M., 1979.

McCORNICK, Lucy. (1997) "Didáctica de la escritura" Aique grupo editor: Buenos aires, Págs. 432.

ORTEGA, Ángeles (1991). ¿Es posible una ciencia del texto? Revista Canaria de

ROMERO, Loaiza Fernando (1998) "Voces e inscripciones de las oralidades y las escrituras". En: Revista de Ciencias Humanas. Año 5, N° 13, Marzo, p. 45-54

SARTRE, Jean-Paul. ¿Qué es la literatura? Traducción de Aurora Bernández. Buenos Aires: Losada.

WILLECK, R. y A. Warre. Teoría de la literatura. Madrid: Gredos, 1959.

III.19. UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA (Neiva): **Ética de la Comunicación**. Pfr. . Pablo Álamo. (Fecha documento: 3-9-08)

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FORMATO CURRICULAR DE MICRODISEÑO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

CURSO: DE ÉTICA

SEMESTRE:

CÓDIGO: BISOCS01

CRÉDITOS ACADÉMICOS: UNO

REQUISITOS: NINGUNO

ÁREA DEL CONOCIMIENTO: SOCIO-HUMANÍSTICA INSTITUCIONAL

UNIDAD RESPONSABLE DEL DISEÑO CURRICULAR: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS.

COMPONENTE BÁSICO: X

CARÁCTER TEÓRICO: X

TIEMPO DEL TRABAJO ACADÉMICO DEL ESTUDIANTE:

Trabajo presencial: 32 horas

Trabajo del estudiante: 16 horas

Total de horas: 48 horas

1. JUSTIFICACIÓN.

La Ética es la ciencia de los valores morales y de su realización por parte de los hombres, es una ciencia práctica, porque se refiere a las acciones de las personas que son controladas por la razón y por la voluntad del hombre de manera libre. Es un saber para la práctica, que nace de la práctica misma. Surge de la necesidad permanente del hombre de tomar decisiones que conducen a la realización de actos ordinarios o extraordinarios. Su principal fuente son los juicios sobre los actos humanos que se califican como una amplia variedad de objetivos. Estas calificaciones se reducen a los actos buenos y a los malos, calificación que cae bajo los conceptos de bien y de mal, que son comunes a toda la humanidad.

Estos elementos de la Ética se aplica al campo profesional llamándose Ética Profesional o Deontología Profesional que busca y estimula la formación de criterios y actitudes morales permitiendo al individuo comprender los deberes, principios, normas y comportamientos que orientan el correcto ejercicio de su trabajo en orden al beneficio personal y social al que toda profesión ha de encausarse. Considera los deberes y derechos que han de guiar el desempeño honesto de una profesión y su correcto ejercicio, rebasando la preocupación del bien personal tomado en forma egoísta y excluyente.

El ejercicio de la profesión exige a la persona el sentido y la vivencia ética permanente para poder enfrentar dignamente sus preceptos, deberes, compromisos y responsabilidades que ha de cumplir en su condición de ser social, como parte integrante de una comunidad, sobre cuyo destino tiene responsabilidad. La Ética Profesional se basa en el acatamiento, libre y responsable de las normas morales que buscan el logro de los altos objetivos en la sociedad.

1. OBJETIVOS DEL CURSO

2.1 Objetivo General

Interesar al estudiante por los problemas que plantean la ética y la moral en la actualidad.

Contribuir a la construcción de una ética civil que permita la rehabilitación moral del país en términos concretos.

Establecer los lineamientos generales de la Ética Profesional y los dilemas éticos que plantea.

2.2. Objetivos Específicos.

2.2.1 Conocimientos.

Proporcionar a los estudiantes los elementos teóricos para que pueda analizar y reflexionar sobre sus valores y comportamiento moral.

Discutir con los estudiantes las principales corrientes contemporáneas de la ética y el aporte que han hecho a ellas sus principales representantes.

Precisar en los alumnos el contenido y sus relaciones de expresiones y conceptos como valor, ética, moral, derechos y deberes, el bien común, juicios de valor, la voluntad, la libertad y la deontología.

1.1.1 Habilidades.

Desarrollar en los alumnos la capacidad de valorar el conocimiento ético y su aplicabilidad en la práctica profesional.

Proporcionar al estudiante los elementos teóricos metodológicos para que pueda realizar análisis sobre el comportamiento moral de los profesionales de la región.

Discutir con los docentes el carácter histórico y cultural de la Ética.

Abrir un espacio de diálogo para devolverle a la profesión, en el campo de la práctica, su necesaria resonancia ética

2.2.3 Valores.

Fortalecer en los alumnos el sentido de la libertad, la responsabilidad, la justicia, la imparcialidad, la veracidad, el diálogo, la crítica, resaltar la honestidad, la eficiencia, el respeto a la persona humana, la tolerancia y la solidaridad.

3. ASIGNACIÓN DE TIEMPO DE TRABAJO PRESENCIAL E INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE POR UNIDAD TEMÁTICA

UNIDAD No.	NOMBRE DE LAS UNIDADES Y CONTENIDOS TEMÁTICOS	DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTE (horas)		HORAS TOTALES (a + b)
		a) Trabajo Presencial	b) Trabajo Independiente	
1	QUÉ ES Y POR QUÉ SURGE LA ETICA Y LA MORAL	4	4	8
2	CUÁNDO Y DÓNDE SURGE LA ETICA Y LA MORAL.	4	4	8
3	PARA QUE SIRVE LA ETICA. CUALES SON LOS PRINCIPALES ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA ÉTICA Y COMO INTERACTÚAN ENTRE SÍ. CUALES SON LAS PRINCIPALES CORRIENTES CONTEMPORÁNEAS DE LA ÉTICA Y SUS PENSADORES MÁS IMPORTANTES.	12	4	16
4	LA ETICA PROFESIONAL. EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN: PRINCIPIOS, NORMAS Y COMPORTAMIENTOS. EL CÓDIGO DE ETICA: DERECHOS Y DEBERES	12	4	16
TOTAL		32	16	48

PRACTICAS PEDAGOGICAS		b) ACTIVIDADES INDEPENDIENTES														A							
NOMBRE DE LA UNIDAD	Exposición del Docente	Conferencia	Formulación de problemas y/o necesidades	Seminario	Plenaria	Sala de informática	Prácticas extramuros	Prácticas de laboratorio	Otra:	Otra:	TOTAL HORAS PRESENCIALES	Lecturas	Consulta bibliográfica	Investigación de campo	Artículo ó ensayo	Consultas de Internet	Informe	Otra:	Proyecto	Otra:	Otra:	TOTAL HORAS INDEPENDIENTES	
UNIDAD 1 Qué es la ética, la moral y los valores éticos. Cuándo y dónde surge la ética. Porqué surge y para qué sirve.	2	2									4												4
UNIDAD 2 Cuáles son los principales elementos que conforman la ética y cómo interactúan entre sí.	2	2									4												4
UNIDAD 3 Corrientes contemporáneas de la ética y sus principales pensadores.	2	2		6	2						12	1	3	2		1	1					8	20
UNIDAD 4 la ética profesional y el ejercicio de la profesión: principios, normas y comportamientos. El	2	2		6	2						12	1	3	2		1	1					8	20

[illegible]

OBSERVACIONES

Las últimas dos unidades se dedicarán a tratar la ética profesional específica de acuerdo a cada carrera. En lo correspondiente a bibliografía básica el profesor incluirá los textos pertinentes a la ética profesional de cada programa donde se desarrollará el curso

DILIGENCIADO POR: LUIS CARLOS RODRIGUEZ RAMIREZ

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO: FEBRERO DE 2006

III.20. UNIVERSIDAD POPULAR CATÓLICA DEL RISARALDA (Pereira): **Ética Profesional**. Pfr. . Pablo Álamo.
(Fecha documento: 2-5-08)



UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

PLAN DE CURSO**1. IDENTIFICACIÓN DEL COMPONENTE**

DENOMINACIÓN	FASE	NUCLEO	PRERREQUISITO
Ética Profesional	Profesionalización	Socio Humanístico Cultural	Ética General
CRÉDITOS	HORAS TEÓRICAS		HORAS PRÁCTICAS
Dos (2)	Tres horas semanales		Tres horas semanales

2. LECCIÓN INAUGURAL.

Presentación e introducción a la asignatura: Introducción a la Filosofía Práctica y a la Filosofía Moral. Aproximación a una definición de Ética. Universalidad o particularidad de la ética. El hábito y la fuerza de la costumbre. Utilidad o valor de uso de la Ética. Diferencia entre ética y moral. El carácter y la adversidad. Definición de axiología. Los valores y las virtudes en el ejercicio profesional.

El propósito de la lección inaugural es estimular al estudiante con los contenidos temáticos y los alcances propuestos, durante el desarrollo de la asignatura. Esta introducción alimentará la comprensión de los elementos de la ética en la comunicación, porque la perspectiva del futuro Comunicador Social - Periodista dependerá del marco conceptual que tenga como referencia, para definir el mundo y los comportamientos relacionados con su ejercicio profesional.

La presentación de la asignatura se realiza con la lectura y justificación del programa, entregado a los estudiantes en un documento. Se realiza una introducción temática y se enuncian los conceptos básicos, que serán tomados como referencia durante el desarrollo de la asignatura.

3. OBJETIVOS.**Objetivo general**

Fundamentar las competencias laborales del Comunicador Social – Periodista, a través de la aplicación de los conceptos de la Ética en el contexto disciplinar, como referentes para asumir un criterio profesional durante una toma de decisiones en la evaluación de un conflicto moral.

Objetivos específicos

Identificar los hábitos moralmente adecuados, durante el desempeño del Comunicador Social – Periodista, para procurar el perfeccionamiento profesional.
Relacionar el ejercicio profesional del Comunicador Social – Periodista, con su responsabilidad para la protección de la democracia.

Identificar la investidura del comunicador social – periodista en el sistema social, desde la visión del criterio profesional.

Proponer acciones particulares, para enriquecer el desempeño del Comunicador Social - Periodista y ampliar las consecuencias favorables de la rutina laboral.

Categorizar el fenómeno de la comunicación como una necesidad social, para promover la realización del ser humano y la protección de su dignidad.

4. POLÍTICAS.

La Ética es conocida como la Filosofía Práctica, porque su estudio teórico carece de utilidad si no es correspondido por su aplicación, en momentos de adversidad.

Los conceptos de la Filosofía Moral y los comportamientos esperados en el desempeño del Comunicador Social – Periodista serán puestos a prueba, al enfrentar a los estudiantes con situaciones reales de su ejercicio disciplinar, vividas por comunicadores sociales y periodistas en distintas partes del mundo.

El correcto desarrollo de la asignatura necesitará de los instrumentos de análisis propuestos (protocolo, ensayo y análisis de caso), que a su vez requieren de la lectura de los documentos propuestos. Estos ejercicios de lectura y análisis son un insumo requerido para participar en las horas de clase. La lectura de casos y fragmentos de textos especializados propiciará el discernimiento crítico del estudiante, desde la interpretación de la situación general, no solo desde la fría teoría prescriptiva, sino desde la viva situación conflictiva del ser humano y el profesional, enfrentado a un fenómeno social y a sus circunstancias.

5. CONTENIDOS.

SEMANAS	UNIDADES TEMÁTICAS	ACTIVIDADES CLASE	ACTIVIDADES EXTRACLASE	INDICADORES DE LOGROS
1	Introducción a la Ética Profesional	Análisis de Caso. Lectura De la Virtud (Aristóteles)		Argumentación del texto, elaborado con base en los conceptos enunciados y abordados en la lectura en clase.
2	Filosofía Moral y Comunicación	Confrontación de sistemas éticos propuestos por la Filosofía Moral. Análisis de caso: El bien y el mal en los medios de comunicación.	Capítulo I. Ética para Periodistas. María Teresa Herrán.	Sustentación sobre la relación entre ética y comunicación social, a través de los conceptos estudiados. Síntesis de la evolución de las corrientes de la ética.
3	El código deontológico	Comparación de código deontológico Lectura: CORTINA, Adela. Hasta un pueblo de demonios. HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío. Ética para periodistas. Estudio de código deontológico en Europa y América.	Protocolo Análisis de caso: Artículos del Defensor del Lector.	Argumentación en clase sobre el valor de uso de los códigos deontológico, para el ejercicio profesional del Comunicador Social - Periodista.
4	Ética, opinión pública y democracia.	Estudio de caso: opinión pública y democracia. Revisión de la misión del comunicador en la opinión pública. Lectura: APEL, Karl Otto. Teoría de la verdad y ética del discurso.	Protocolo Lectura: KOVACH, B. Los elementos del periodismo. Madrid: Ediciones El País, 2003.	Argumentación de las alternativas propuestas para la solución de un conflicto ético relacionado con el ejercicio profesional del Comunicador Social - Periodista.
5	Verdad,	Estudio de caso verdad	Ensayo	Aplicación de los conceptos de

	objetividad y credibilidad en la comunicación .	y comunicación pública. Lectura: APEL, Karl Otto. Teoría de la verdad y ética del discurso.	Lectura: KOVACH, B. Los elementos del periodismo. Madrid: Ediciones El País, 2003.	la Filosofía Moral y la ética profesional, estudiados en las lecturas propuestas, para resolver un conflicto en el desempeño del comunicador social – periodista.
6	Primer parcial	Examen escrito		Interpretación y aplicación de los códigos de ética profesional
7	Libertinaje y libertad en el comunicador social – periodista.	Estudio de caso libertad de expresión. Lectura: NOVOA MONREAL, Eduardo. Vida Privada y Derecho a la Información, un conflicto de derechos, Editorial Siglo XXI, México, 1989.	Protocolo Lectura: NOVOA MONREAL, Eduardo. Vida Privada y Derecho a la Información, un conflicto de derechos, Editorial Siglo XXI, México, 1989.	Sustentación de alternativas frente a condicionantes a la libertad del comunicador social – periodista, comprendida como un valor profesional.
8	Alteridad y responsabilidad social.	Estudio de caso de responsabilidad social. Lectura: LIPOVETSKY, G. Metamorfosis de la cultura liberal. (Ética, medios de comunicación, empresa). Barcelona: Anagrama, 2004.	Ensayo Lectura: AZNAR, Hugo. Ética de la comunicación y nuevos retos sociales, Editorial Paidós, Barcelona, España, primera edición, 2005.	Sustentar y delimitar el papel del comunicador, como elemento unitario de una red social, en un caso concreto, donde se pone a prueba su convivencia y responsabilidad con el otro, personificado por su público objetivo.
9	Respeto por las fuentes	Análisis de caso Lectura: GOODWIN, E. Ética periodística .	Protocolo	Señalar los cuidados que garantizan la relación del comunicador social – periodista con las fuentes de información, para evitar transgredir a la persona.
10	Comunicación y dignidad humana	Análisis de caso. Lectura: KOVACH, B. Los elementos del periodismo. Madrid: Ediciones El País, 2003.	Ensayo	Sustentación de las soluciones propuestas por el estudiante, frente al dilema de la labor profesional del comunicador social – periodista, cuando puede amenazar la dignidad humana.
11	Ética y Comunicación Organizacional	Análisis de caso. Lectura: LIPOVETSKY, G. Metamorfosis de la cultura liberal. (Ética, medios de comunicación, empresa). Barcelona: Anagrama, 2004.	Protocolo	Análisis de la función del comunicador organizacional, en la solución de conflictos éticos probables, surgidos en el ámbito de la red de relaciones laborales.
12	Ética y	Análisis de caso.	Protocolo	Argumentar la responsabilidad

	Comunicación Organizacional	Lectura: LIPOVETSKY, G. Metamorfosis de la cultura liberal. (Ética, medios de comunicación, empresa). Barcelona: Anagrama, 2004.		del Comunicador Organizacional, en su ámbito laboral y frente a los públicos externos.
13	Estructura de las empresas de información	Análisis de caso. Lectura: SORIA, Carlos. Derecho a la información y derecho a la honra, Editorial ATE, Barcelona, España, 1981.	Protocolo	Argumentación de la toma de decisiones del estudiante, frente a una simulación de un caso particular.
14	Ética de la imagen.	Estudio de casos ética e imagen. Lectura: DURANDIN, Guy. La mentira en la propaganda y la publicidad.	Ensayo Lectura: GOODWIN, E. Ética periodística	Argumentar la decisión de registrar y publicar una imagen en condiciones extremas y delimitar el papel del comunicador como testigo de situaciones límites.
15	Ética en los nuevos medios.	Análisis de caso.	Ensayo	Argumentar, a través de un ensayo, las características que debe tener una información en Internet para ser coherente con los acciones fundamentales esperadas por la sociedad.
16	Ética en los nuevos medios.	Análisis de caso.		Valorar las cualidades de los nuevos medios y su utilidad para ejercer la misión del comunicador.

6. METODOLOGÍA.

La asignatura Ética Profesional es una oportunidad de reflexión, frente a situaciones que amenazan el cumplimiento de la misión del Comunicador Social – Periodista. Durante el desarrollo del contenido temático, el estudiante relacionará los comportamientos fundamentales esperados por la sociedad con el ejercicio laboral del comunicador. La asignatura prepara al futuro profesional para asumir con responsabilidad su vida laboral, desde la consolidación de su criterio e interés por fortalecer el sistema democrático.

Los temas propuestos serán abordados, a través de un método deductivo. Durante este proceso, los estudiantes recibirán herramientas de análisis, material de lectura y discusiones en clase, sobre las propuestas de los escritores sobre la Filosofía Moral y el ejercicio de la Comunicación Social y el Periodismo, para consolidar los argumentos de su propio criterio.

En primer lugar, cada problema será propuesto por el docente en una Introducción Temática, con la invitación a reflexionar sobre los conflictos asumidos durante el ejercicio profesional, que guiarán el énfasis de las lecturas y estimularán las discusiones en clase. Luego, cada uno de los temas será abordado en tres fases, ordenadas de lo general a lo particular, hasta evidenciar de manera concreta los conceptos de la ética profesional, tratados en la Introducción Temática:

Primera fase, el concepto universal de la Filosofía Moral y la Comunicación: Comprensión del concepto universal desde la Filosofía Moral (ej: la libertad), a través de la lectura previa y su posterior presentación del tema en clase.

Segunda fase, el concepto específico aplicado al desempeño del Comunicador Social - Periodista: Lectura de un texto académico contemporáneo, relacionado con el concepto universal analizado en la primera lectura y su aplicación en el ejercicio profesional de la comunicación social y el periodismo (ej: la libertad de prensa). Los estudiantes asimilarán los conceptos relacionados con los códigos morales, derechos y deberes, misión, funciones y especificidad del ejercicio profesional del comunicador social y periodista, a través de una discusión en clase sobre las lecturas realizadas, donde se despejarán los interrogantes.

Tercera fase, discusión sobre un caso particular: Estudio de casos y conflictos, a través de la discusión de situaciones reales vividas por profesionales contemporáneos de la comunicación social y el periodismo, donde los estudiantes se enfrenten a una toma de decisiones argumentada. Deben comparar los comportamientos esperados por la sociedad y las acciones asumidas por los protagonistas en cada caso. Para la siguiente sesión, los estudiantes deberán elaborar un ensayo, donde argumenten sus alternativas al caso abordado, con base en las lecturas previas y la presentación de los conceptos en clase.

7. EVALUACIÓN.

La asimilación y discusión de los temas serán estructurados, a través de tres instrumentos básicos de análisis: protocolo, ensayo y sustentación oral en clase. Las tres presentaciones servirán para evaluar la asimilación de los conceptos, la argumentación de las ideas y la presentación de propuestas para solucionar los dilemas morales del Comunicador Social – Periodista, según el carácter del profesional. Al final de cada caso propuesto, los estudiantes elaborarán un ensayo donde sustenten su criterio frente a la situación particular, con base en los conceptos de la Filosofía Moral, estudiados en clase.

El primer parcial tiene un valor del 30 por ciento de la materia, que corresponderá a un examen escrito. Al final de cada tema se procederá a entregar un ensayo y un protocolo, con un valor del 40 por ciento de la materia. El final tiene un valor del 30 por ciento de la materia y corresponderá a un examen escrito.

Examen Final: Primer punto: Interpretación de conceptos de la Filosofía Moral y su aplicación en el ejercicio de la comunicación social y el periodismo. Segundo punto: Ensayo con la evaluación de un caso real de comunicación. Se proponen dos casos, los estudiantes escogen uno para ser analizado en un ensayo. Los casos propuestos incluirán la descripción de conflictos durante el ejercicio profesional en la comunicación para el desarrollo, la comunicación organizacional, el periodismo o la publicidad (30%). El promedio de los exámenes, protocolos y ensayos elaborados en casa y sustentaciones en clase (40%).

8. BIBLIOGRAFÍA COMENTADA.

- APEL, K. *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós / I.C.E.-U.A.B., 1991.
- AZNAR, H. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Editorial Paidós, Barcelona, España, primera edición, 2005.
- BLÁZQUEZ, N. *Ética y medios de comunicación*. Madrid: Autores cristianos, 1994.
- CORTINA, A. *Hasta un pueblo de demonios*. Ed. Taurus, 1998.
- DE LA ISLA, C. *Ética y empresa*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- DURANDIN, G. *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Ediciones Paidós Comunicación, Barcelona, 1995
- GOODWIN, H. *Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética*. Tercer Mundo Editores, 1994.
- HERRÁN, M y RESTREPO, J. *Ética para periodistas*. Tercer Mundo Editores, primera edición, 1991
- KOVACH, B. *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País, 2003.
- LIPOVETSKY, G. *Metamorfosis de la cultura liberal. (Ética, medios de comunicación, empresa)*. Barcelona: Anagrama, 2004.
- NOVOA, E. *Vida Privada y Derecho a la Información, un conflicto de derechos*. Editorial Siglo XXI, México, 1989.
- SORIA, C. *Derecho a la información y derecho a la honra*. Editorial ATE, Barcelona, España, 1981.

9. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- ARISTÓTELES. *Ética Nicomaquea*. Medellín: Bogotá, 1986.
- BALMES, J. *El Criterio*. Barcelona: Balmes, 1961
- CEPEDA, M. *Los derechos fundamentales de la constitución de 1991*. Bogotá: Temis, 1992.
- FOUCAULT, M. *Discurso y verdad en la antigua Grecia*. Barcelona: Paidós, 2004.
- GONZÁLEZ, L. *Axiología y ética profesional*. Bogotá: Unisur, 1995
- GONZÁLEZ, L. *Ética latinoamericana*. Bogotá: Buho, 1988.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 1997 (5ª edición).
- HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Cátedra, 1994.
- HEGEL, F. *Principios de la Filosofía del Derecho*. Barcelona: Sudamericana, 1975
- KAPUSCINSKI, R. *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama, 2002.
- LIPPMANN, W. *La opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora, 1964.
- MILL, J.S. *Sobre la libertad y comentarios a Tocqueville*. Madrid: Espasa-Calpe, 1991.
- NIETZSCHE, F. *Genealogía de la moral*. Medellín: Bedout, 1974
- POPPER, K. y COUNTRY, J. *La televisión es mala maestra*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1998.
- RAMONET, I. *La Tiranía de la Comunicación*. Madrid: Editorial Debate, 1998.

THOMPSON, J. *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2001.

TOCQUEVILLE, A. *La democracia en América*, 1. Madrid: Alianza Editorial, 2002.

TOCQUEVILLE, A. *La democracia en América*, 2. Madrid: Alianza Editorial, 2002.

III.21. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA (Bucaramanga): **Ética Periodística**. Pfr. Guillermo León Aguilar. (Fecha documento: 8-5-08)

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA
FORMATO GUÍA DE CÁTEDRA

1. Identificación del curso	
1.1 Escuela / Departamento: Escuela de Ciencias Sociales , Humanidades y Artes	1.2 Código: CS
1.3 Programa: Comunicación Social	1.4 Código: FAC-COM
1.5 Carrera: Comunicación Social-Periodismo	1.6 Código: CPE
1.7 Nivel: Pregrado	

1.8 Curso: Ética Periodística	1.9 Código : DEON00110
1.10 Área de Formación: Profesional	1.11 Línea de Conocimiento: Periodismo
1.12 Clase : Séptimo semestre	1.13 Modalidad: Presencial
1.14 Periodo Académico: Primer periodo de 2008	

1.15 Intensidad Horaria Semanal: 6 horas	1.16 Créditos: 2
1.17 Horas Presenciales: 2 horas	1.18 Horas de Estudio Independiente: 4

1.19 Profesor: Guillermo León Aguilar Roldán	1.20 ID : 100000052
--	-------------------------------

2. Justificación
<p>El curso recoge los conocimientos que el estudiante trae del ciclo básico con relación a la ética ciudadana y su visión de mundo, y durante el semestre produce textos y reflexiona sobre los dilemas éticos de la profesión periodística, y su papel como mediador y como sujeto político.</p> <p>El porqué se emite o no una noticia, la orientación que se le dará a la misma y la responsabilidad social que ello representa, son algunos de los aspectos en los que el estudiante se involucra durante el desarrollo de la asignatura.</p> <p>Hoy más que nunca se habla con insistencia que la sociedad está viviendo una de las crisis más apremiantes de la historia contemporánea: la crisis de valores, la cual traducida a un lenguaje más coloquial equivaldría a la dificultad para convivir.</p> <p>A esta realidad no escapan los periodistas y los medios masivos de comunicación. De allí la necesidad de insistir desde la academia en la práctica de un periodismo serio y de calidad y la de ahondar en la formación de comunicadores que actúen dentro de la sociedad con criterios de una gran responsabilidad; de profesionales que utilizan los medios de comunicación social con claros principios éticos, no solo por su propio bien, sino por el bien de los demás.</p>

3. Articulación en el Plan de Estudios	
3.1 Pre-requisitos:	3.2 Código:
3.3 Co-requisitos:	3.4 Código:

3.5 Descripción de Conocimientos y Habilidades requeridos para el curso:

- Conceptos básicos sobre valores
- Diferencias entre moral y ética
- Conocimiento de las rutinas de un periodista y de la estructura administrativa y periodística de los diferentes medios de comunicación
- Claridad conceptual de los diferentes lenguajes en los que interviene un comunicador.
- Conocimientos básicos y claridad en las diferencias entre el texto periodístico y las publicaciones con fines publicitarios.
- Asiduo y hábil lector de los medios de comunicación masivos escritos , audiovisuales y multimediales.

3.6 Relación con el Núcleo Integrador:

Los principios éticos aplicados en la elaboración de la noticia como forma de construir la realidad informativa. ¿En la construcción del hecho noticioso, cumple responsablemente el estudiante de periodismo con el deber de informar a la comunidad ?

La reflexión que el estudiante hace durante el desarrollo del curso se relacionara con el proyecto integrador en la medida en que proponga con argumentos diferentes formas y enfoques del hecho noticioso (noticiabilidad), con base en la acertada selección de fuentes, el rigor investigativo y su papel como mediador social.

4. Competencias**4.1 Competencia Institucional: Ser Profesional**

4.2 Competencias Específicas del Curso	4.3 Indicadores de Competencia
ANALÍTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica los principales dilemas éticos del periodismo. • Reflexiona sobre la responsabilidad social del periodista profesional. • Asume una posición crítica frente a los dilemas éticos y su responsabilidad como comunicador.
MEDIADORA	<ul style="list-style-type: none"> • Reconoce el papel de la investigación periodística para proporcionarle a la comunidad los elementos que le garanticen una adecuada información. • Comprende la importancia de la selección de fuentes para la construcción equilibrada del discurso periodístico en cualquiera de sus modalidades.
EXPRESIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Propone con argumentos alternativas de elaboración noticiosa frente a los conflictos éticos que enfrenta como profesional del periodismo, mediante los estudios de casos.

5. Contenidos (Unidades y Temas)**IDENTIDAD DEL PERIODISTA**

- El periodista como sujeto político y como mediador. Relación medios-poder
- La profesión periodística y el periodista
- La verdad, la justicia y la libertad
- La responsabilidad y el trabajo periodístico
- Las obligaciones éticas del periodista

EL PERIODISTA FRENTE A LA LEY

- ¿Qué aspectos normativos tratan sobre el ejercicio del periodismo en Colombia?
- Constitución Política: libertad de expresión y derechos fundamentales.
- Factores que atentan contra la libertad de prensa.
- Injuria y calumnia
- Rectificación
- Tutela
- Derechos de autor (plagio)

- Código de ética

CONFLICTOS ÉTICOS

- ¿Cuáles son los conflictos éticos que debe enfrentar el periodista en el ejercicio de su profesión?
- Imparcialidad-objetividad
- Fuentes de información
- Independencia
- Manipulación
- Sexualidad
- Violencia
- Sensacionalismo

RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA EN EL CONFLICTO INTERNO COLOMBIANO

- Manejo de las fuentes
- Comprensión del contexto
- Formadores de opinión pública

6. Actividades:

6.1 Del Docente:

- Elaborar cronograma de actividades que se realizarán durante el semestre.
- Asesorar a los estudiantes por fuera de las clases presenciales
- Seleccionar textos de prensa y programas radiales o televisivos en los cuales se toquen temas relacionados con el quehacer del periodista y su responsabilidad frente al cubrimiento de hechos que originen debates y requieran de un espacio de reflexión dentro de la academia.
- Invitar al aula periodistas de medios de comunicación de la ciudad para que compartan sus experiencias frente a situaciones en las cuales se ponen de presente dilemas éticos que demandan de una juiciosa reflexión.
- Evaluar individual y colectivamente los trabajos escritos presentados durante el semestre.
- Entregar periódicamente el listado de nuevos libros o revistas que aparezcan en el mercado y tengan relación con las temáticas desarrolladas en el aula
- Programar las películas que se presentarán durante el semestre, relacionadas con el papel del periodista y los medios en diferentes situaciones dentro de su quehacer profesional.

6.2 De los Estudiantes:

- Participar en los debates y foros que se programen en el semestre.
- Sustentar en el aula y con la participación de todo el grupo los trabajos elaborados antes de cada "corte" académico.
- Entregar por escrito y exponer los informes de lectura que se realizan durante el semestre.

6.3 Del Equipo Docente:

- Definir los tipos de encuentros del cuerpo docente del semestre y fijar los parámetros que se tendrán en cuenta para cada sesión.
- Evaluar periódicamente, en equipo, el rendimiento de cada uno de los estudiantes del semestre.
- Intercambiar material novedoso sobre cada uno de los temas que se desarrollan en las asignaturas y mantener un contacto permanente por fuera del aula.

7. Estrategias de evaluación

- Seguimiento en el proceso de investigación sobre los trabajos escritos (ensayos) que presentará en el semestre.
- Asistencia a las sesiones de asesoría por fuera del aula.
- Participación en las discusiones en clase y en las sesiones de coevaluación y heteroevaluación de los trabajos de los demás compañeros.
- Informes de los profesores de otros cursos sobre el desempeño de cada estudiante.

8. Instrumentos de Registro

- Portafolio del estudiante
- Plantilla de registro de calificaciones del sistema "Cosmos"

9. Recursos

9.1 Bibliografía Básica

- HERRÁN, María Teresa. Restrepo, Javier Darío. **Ética para periodistas**. Editorial Norma S.A. 2005.
- SORIA, Carlos. **La era de la ética informativa**. Editorial Mitre, Barcelona, España. 1991.
- RESTREPO, Javier Darío. **El Zumbido y el Moscardón**. Fondo de Cultura, Bogotá, 2004
- CACUA, Antonio. PRIESS, Frank. **Ética y responsabilidad social -Reflexiones para periodistas-**. Fundación Konrad Adenauer Stiftung. Bogotá, 2000
- **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA**. Última edición.
- **CÓDIGO DE ÉTICA DEL CPB**.

9.2 Bibliografía Complementaria

- FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DE BOYACÁ. **Periodismo, Ética, responsabilidad y paz.** Ediciones Uniboyacá. 2002.
- DERIEUX, Emmanuel. **Cuestiones ético-jurídicas de la información.** Eunsa, Pamplona, España. 1983
- LOPERA, Alfonso. **Ética del periodismo y la comunicación.** Colección de periodismo . Universidad de Antioquia. 1990
- VALLEJO, Víctor Hugo. **Legislación de medios en Colombia.**
- PRIETO, Daniel. **La pasión por el discurso.** Editorial UPB, Medellín.
- MARTINI, Stells. **Periodismo, noticia y noticiabilidad.** Editorial Norma, Bogotá, 2001.
- SUNKEL, Guillermo. **La prensa sensacionalista y los sectores populares.** Grupo Editorial Norma, Bogotá. 2003.
- Memorias **Medios y conflicto. El papel de los medios en el conflicto interno colombiano.** Fundación Konrad Adenauer. Cali, junio de 2003

9.3 Audiovisuales

- Informe de TV: “La prensa frente al conflicto armado”
- Programa de TV: Las fronteras entre la política y el periodismo
- Películas: “Tinta Roja”, “Bajo fuego”, “El periódico”, “El cuarto poder”, “Cortina de Humo”

9.4 Enlaces en Internet

- www.libertad-prensa.org
- www.saladeprensa.org
- www.un.org
- www.revistacambio.com
- www.sipiapa.com

III.21. UNIVERSIDAD DEL TOLIMA (Bucaramanga): **Deontología Periodística.** Pfr. Guillermo León Aguilar.
(Fecha documento: 3-5-08)

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

ASIGNATURA: Ética

PROGRAMA: Comunicación Social-Periodismo

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS: Primer semestre

INTENSIDAD: 4 horas semanales, 60 horas semestrales

NÚMERO DE CRÉDITOS: 4

JUSTIFICACIÓN:

Partiendo del supuesto de que la educación debe estar comprometida con unos valores éticos, es claro que su función no se reduce solo a instruir, sino, ante todo, a integrar a los individuos en una cultura multidimensional. Una de esas dimensiones es la ética, a la que corresponden valores específicos, que existen en toda cultura humana.

El hecho moral se constituye en un hecho universal; sin embargo, los puntos de vista morales varían con las culturas, varían a través del tiempo e, incluso, pueden variar de un individuo a otro, lo cual permite entender la multiplicidad de las teorías éticas. A este respecto, Macintyre (1994) afirma que *“los historiadores de la moral se inclinan con mucha facilidad a admitir que las costumbres y los contenidos de los juicios morales pueden variar de sociedad a sociedad y de persona a persona, y terminan insinuando que aunque lo que se considera correcto y bueno no es siempre lo mismo, de un modo general los mismos conceptos de correcto y bueno son universales.”**

Tales consideraciones tornan particularmente relevante la reflexión ética en el contexto formador de la universidad comprometida con su entorno, lo cual está en concordancia con el ideal de formación integral contemplado en la Ley 30 de 1992, el cual se retoma en la misión institucional de la Universidad del Tolima.

Dado el papel de orientadores de la comunidad que, por razón de su oficio, tendrán los comunicadores sociales-periodistas, la reflexión ética y la consideración de los valores morales universales cobra especial importancia en el proceso de formación de los beneficiarios de este curso.

OBJETIVO GENERAL:

* MACINTYRE, Alasdair. Historia de la ética. Madrid : Paidós. 1994

Examinar la pertinencia de la reflexión ética y de la adopción crítica de posturas morales, para la formación del estudiante como ciudadano y como profesional de la comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Se pretende que el estudiante:

- Conceptualice sobre el tema de la ética y la moral.
- Realice una reflexión personal sobre el tema de los valores y contextualice dicha reflexión con la realidad local, nacional y mundial.
- Vivencie en el aula, en la Universidad, en la familia y en los distintos contextos en los que se desempeñe los valores que caracterizan una convivencia racional.
- Tome conciencia, como futuro profesional de la comunicación social, de la importancia del comportamiento ético en su desempeño laboral.

CONTENIDOS:

- Conceptos de valor, ética y moral. Relación que se da entre dichos términos.
- El quehacer ético. (Qué hace la ética)
- Las normas y la moral.
- La ética como amor propio: la ética y la autoestima.
- De qué hablamos cuando hablamos de autonomía.
- El desarrollo de la capacidad de autorregulación.
- Los compromisos éticos del futuro profesional de la comunicación.

METODOLOGÍA:

En la medida de lo posible, para cada clase se fijará el tema con anterioridad y se indicará una lectura relacionada con el mismo. Con el propósito de orientar de manera más efectiva la comprensión del tema, el profesor, mediante la modalidad de discusión guiada, aclarará las dudas de los estudiantes y complementará la información de las lecturas.

En cada clase se llevarán a cabo análisis de casos relacionados con los contenidos de las lecturas asignadas, bien sea a través de vivencias de los participantes o de referentes históricos o periodísticos de los contextos local, nacional o internacional.

En cada sesión, los estudiantes, en forma aleatoria, harán referencia a los contenidos de los espacios asignados en los medios de comunicación masiva a los defensores de las audiencias: defensores del lector en la prensa, defensores de los televidentes, etc.

El trabajo en pequeños grupos, la ya mencionada discusión guiada y la presentación, a través de la modalidad presencial, de contenidos específicos por parte del profesor, constituyen la metodología básica de las clases de aula. Lecturas, consultas bibliográficas, desarrollo de talleres, entrevistas a informantes relacionados con los temas que se aborden y la elaboración de informes, constituyen la metodología básica de las actividades extraclase.

FORMAS DE EVALUACIÓN:

Para el establecimiento de la nota única curso, se tendrán en cuenta las siguientes actividades:

- Participación activa en las discusiones guiadas.
- Intervenciones individuales, relacionadas con los contenidos de las lecturas o con las tareas asignadas.
- Presentación **oportuna** y calidad de los trabajos escritos asignados.
- Calidad demostrada en la solución de los talleres y en los análisis de casos asignados.
- Presentación de los talleres y de documentos complementarios a las lecturas asignadas, en una carpeta diseñada para el efecto.
- Controles de lectura.

La nota definitiva será el resultado de promediar todas las notas asignadas durante el semestre, en las diferentes actividades evaluativas.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

CORTINA, Adela. El quehacer ético. Guía para la educación moral. Madrid : Santillana. 1996.

CORTINA, Adela y MARTÍNEZ, Emilio. Ética. Madrid : Akal. 1996

LEÓN PEREIRA, Teresa. Autonomía. ¿De qué estamos hablando? Documento impreso. Bogotá : 1997.

MOCKUS, Antanas. La teoría de la acción comunicativa de Habermas. En: Las fronteras de la escuela. Bogotá : Magisterio. 1995.

SAVATER, Fernando. Ética para Amador. Barcelona : Ariel. 1994.

VALENCIA, Alberto. En el principio era la ética. Cali : Universidad del Valle. 1996.

ZULETA, Estanislao. Elogio de la dificultad y otros ensayos. Cali : Feriva. 1994.

Textos periodísticos de actualidad. (Prelación por las columnas de opinión).

Pérez. (Fecha documento: 25-10-07)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales****Departamento de Humanidades - Carrera de Comunicación****CURSO DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN**

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:	Ética de la Comunicación
NÚMERO DE SESIONES PRESENCIALES:	16 de 90 minutos cada una (16 semanas)
PROFESOR:	Gabriel Jaime Pérez Montoya, S.J.

1. SENTIDO DE LA ASIGNATURA

La Ética es una asignatura que forma parte del plan de estudios de toda carrera profesional en la Universidad Javeriana, no sólo por exigirlo así la legislación colombiana para la educación superior, sino también por ser un componente imprescindible de la formación humana integral que ofrece esta institución de acuerdo con su Misión y su Proyecto Educativo.

El curso de Ética que aquí se presenta ofrece competencias de conocimiento a los (las) estudiantes de la Carrera de Comunicación, para que, a partir de una reflexión situada sobre los principios, valores y deberes que han de caracterizar al futuro profesional, sepa cómo desempeñarse en su campo como una persona honesta y responsable.

Con este curso el Departamento de Humanidades ofrece a la Carrera de Comunicación un espacio de reflexión crítica y constructiva sobre el ejercicio de la profesión en armonía con la realización de los valores correspondientes a la verdad en correlación con el sentido, a la libertad socialmente responsable y a justicia como reconocimiento efectivo de los derechos humanos de todas las personas, todo ello con el propósito de contribuir a una convivencia pacífica y realizadora del bien común.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**Objetivo general**

Al finalizar este curso, el (la) estudiante deberá ser capaz de identificar, analizar con conciencia crítica y poner en práctica responsablemente los principios, valores y normas de conducta que caracterizan el ejercicio humano y profesional de la comunicación.

Objetivos específicos

- Que el (la) estudiante sepa identificar los conceptos y fundamentos teóricos requeridos para la comprensión de la ética y de la relación entre ética y comunicación en una sociedad plural.
- Que el (la) estudiante conozca y sepa aplicar a las situaciones de su vida y su trabajo los principios, valores y normas del ejercicio de la profesión en la perspectiva de la ética civil, y en la de la moral cristiana dentro del respeto a la libertad religiosa.
- Que el (la) estudiante sepa analizar y resolver los problemas éticos generales y específicos relacionados con la comunicación humana y con el ejercicio profesional de la comunicación.

3. PROGRAMA DE CONTENIDOS**Módulo 1. Introducción. Conceptos básicos. Corrientes clásicas del pensamiento ético.**

- 1ª Sesión Presentación del programa y organización logística del curso.
- 2ª Sesión Conceptos básicos: ética, moral, axiología, deontología.
- 3ª Sesión Corrientes teleológicas del pensamiento ético. La propuesta de Aristóteles.
- 4ª Sesión Corrientes deontológicas del pensamiento ético. La propuesta de Kant.

Módulo 2. Propuestas éticas contemporáneas. La propuesta ética cristiana - católica.

- 5ª Sesión La propuesta crítica de una ética de la "acción comunicativa"
- 6ª Sesión La propuesta hermenéutica de una "ética de la interpretación"
- 7ª Sesión La propuesta fenomenológico-axiológica de una "ética de la persona"
- 8ª Sesión Ética y comunicación social en la perspectiva de la propuesta cristiana-católica

Módulo 3. Tres categorías conceptuales de la relación entre ética y comunicación.**Análisis de los códigos deontológicos en el marco de estas tres categorías.**

- 9ª Sesión Verdad y sentido en la comunicación. Veracidad y rectificación.
- 10ª Sesión Libertad y responsabilidad en la comunicación. Cláusula de conciencia.
- 11ª Sesión Justicia y derechos humanos en la comunicación. Propiedad intelectual.
- 12ª Sesión Códigos deontológicos del ejercicio profesional de la comunicación.

Módulo 4. Análisis de algunos problemas específicos de la ética en los medios de comunicación, a la luz de las categorías de verdad, libertad y justicia.

- 13ª Sesión El secreto, la vida privada y la intimidad en los medios de comunicación.
- 14ª Sesión Tratamiento de la violencia en los medios de comunicación.
- 15ª Sesión Tratamiento del sexo y del género en los medios de comunicación.
- 16ª Sesión Tratamiento de la religión en los medios de comunicación.

4. METODOLOGÍA

Para la sesión correspondiente todos deben traer impresa una reflexión personal sobre la lectura previamente señalada, de una página máximo (UPM), que entregarán al profesor al finalizar la clase. En las sesiones 2ª a 12ª, el profesor hará una introducción temática y luego habrá un trabajo en grupos y una plenaria sobre el tema respectivo, con base en las lecturas señaladas. Para las sesiones 13ª a 16ª, cada grupo previamente constituido realizará una presentación audiovisual debidamente documentada sobre el tema indicado en el programa de contenidos. El trabajo final consistirá en una reflexión personal escrita de 5 páginas a espacio y medio (1.5), en fuente Arial Narrow 12, sobre el tema presentado en el grupo respectivo.

5. EVALUACIÓN

La calificación del trabajo realizado por los estudiantes se hará en cinco etapas: cuatro parciales (correspondientes a los cuatro módulos indicados en el programa de contenidos) con un valor del 20% cada una (10% los informes de lectura y 10% el trabajo en grupos) y la nota del trabajo final con un valor del 20%.

6. LECTURAS

Pérez, Gabriel Jaime: "Ética y moral de la comunicación, en *Comunicación, misión y desafío*, CELAM, Bogotá, 1997, Capítulo IV.

MacIntyre, Alasdair: *Historia de la ética*, Ed. Paidós, Barcelona – Buenos Aires, 1982. Capítulos 7 (La *Ética* de Aristóteles), 9 (El cristianismo), 14 (Kant).

Domingo Moratalla, Agustín: "Ética hermenéutica y ética de la información", en Bonete, E. (Coordinador): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos, Madrid, 1995, capítulo 4 (pp. 111-133).

Cortina, Adela: "Ética discursiva en el ámbito de la información", en Bonete, E. (Coordinador): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos, Madrid, 1995, capítulo 5 (pp. 134-153).

Küng, Hans: *Proyecto de una ética mundial*. Editorial Trotta, Madrid, 1992. Capítulo 1, "No hay supervivencia sin una ética mundial", Secciones 4 (Ética en la tensión entre autonomía y religión), 5 (Religiones del mundo y ética mundial) y 6 (Concreciones cristianas). (pp. 61-91).

Documentos eclesiales del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales: - *Ética en las comunicaciones sociales*. - *Ética en Internet*. - *Ética en la Publicidad*.

Pérez, Gabriel Jaime: Verdad y comunicación. Texto inédito. 2007.

González Bedoya Jesús, *Manual de deontología informativa*, Alhambra Universidad, Madrid, 1987, Capítulo 7.- Objetividad, verdad, veracidad (pp. 96-115).

Pérez, Gabriel Jaime: Libertad y comunicación. Texto inédito. 2007.

González Bedoya Jesús, *Manual de deontología informativa*, Alhambra Universidad, Madrid, 1987, Capítulo 5.- Libertad, responsabilidad cláusula de conciencia (pp. 63-80).

Pérez, Gabriel Jaime: Justicia y comunicación. Texto inédito, 2007.

González Bedoya Jesús, *Manual de deontología informativa*, Alhambra Universidad, Madrid, 1987, Capítulo 4.- Información y derechos humanos (pp. 50-62).

Gómez Buendía, Hernando y otros: *El conflicto, callejón con salida* - Informe Nacional de Desarrollo Humano para Colombia - 2003, PNUD, Bogotá, 2003. Capítulo 18, "Cambiar los imaginarios: educación y medios de comunicación", B.- Medios y conflicto (pp. 427-442).

Lipovetsky, Gilles: "Edén, edén", en *El crepúsculo del deber - La ética indolora de los tiempos democráticos*, Anagrama Barcelona, 1994, capítulo II (pp. 46-80).

González Bedoya Jesús, *Manual de deontología informativa*, Ed. Alhambra Universidad, Madrid, 1987, Capítulo 6.- Secreto profesional informativo (pp. 81-95).

III.23. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE (Cali): **Conozco lo bueno y hago lo malo**. Pfr. Jaime Valderrama Losada. (Fecha documento: 7-6-07)



1. IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:	ET-Conozco lo bueno y hago lo malo ¡Que tentación tan...!	CÓDIGO DE LA ASIGNATURA:	421211
OFRECIDO PARA:	Todos los Programas	OFRECIDO POR:	Dpto. de Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria	NÚMERO DE CREDITOS:	3

VALIDABLE:	No	HOMOLOGABLE:	Si
PRE-REQUISITOS:	No		

- ÁREA DE FORMACIÓN: Humanidades
- ÁREA: Ética
- PRODUCTO ESPERADO: Elaboración de un trabajo final sobre ética.

2. INTRODUCCIÓN

Esperamos que el presente curso sea un interesante viaje para quienes decidan tomarlo.

El curso aborda y desarrolla temáticas muy actuales y de definitiva trascendencia vital.

¿Cuál es el origen de nuestros comportamientos? ¿Qué es lo bueno? ¿Qué es lo malo? ¿Me aburre lo bueno? ¿Disfruto lo malo? ¿Me es permitido todo? ¿Es rentable mantener una actitud de ética profesional en los negocios? ¿Para que nos sirve la ética en la vida?... Son muchos interrogantes de tipo ético y moral, que la vida agitada de hoy ya no nos da tiempo para pensarlos.

El curso de ética (Conozco lo bueno y hago lo malo ¡Que tentación tan...!) se propone una incursión en las, cada vez mas complejas, relaciones de los hombres y a través de distintas situaciones y momentos recreados en películas, obras literarias, música, ensayos especializados que revelan el comportamiento y la condición humana, podrá aproximarnos al conocimiento de nosotros mismos además de la aceptación y comprensión de aquellos que nos rodean.

La Universidad Autónoma de Occidente y su división de humanidades entienden que tanto profesores como estudiantes tienen unas inquietudes, problemáticas y expectativas muy particulares, que además de las sugeridas en el curso serán un complemento indudablemente valioso en el trabajo.

Finalmente advertimos —que como en todo viaje— no necesariamente hallaremos las respuestas esperadas a los retos que la ética propone hoy, sino que encontraremos planteados otros interrogantes y problemas que motivaran nuevas búsquedas en nuestro interminable proyecto de vida. Para ello el curso aportará elementos y pistas que enriquecerán esta permanente búsqueda, que no es otra cosa que el incesante conocimiento de nosotros mismo y su impacto en la vida personal, social y profesional.

3. PRESENTACIÓN

“Conozco lo bueno y hago lo malo ¡Que tentación tan...!” es un curso estructurado de tal forma que posibilita un intercambio y enriquecimiento interdisciplinario, que manifiesta, desde distintas miradas y saberes, elementos diversos que alimentan la reflexión sobre lo ético. Para ello será de gran valor el permanente debate y discusión en grupo que estará sustentado por un rico material bibliográfico y cinematográfico.

4. PROPÓSITOS Y OBJETIVOS

A partir del problema 1 abordaremos tópicos como: La persona humana como sujeto de la ética, comportamiento y moral, uso y definición de libertad, ética y autoridad y otros aspectos que los estudiantes descubran y tengan relación con el problema planteado.

Para ello proponemos los siguientes apoyos temáticos:

1. MEDEA: Eurípides
2. ÉTICA NICOMACHEA (Lib. VII Cap 3): Aristóteles
3. EL MALESTAR EN LA CULTURA(Nuestra decepción ante la guerra) : Sigmund Freud
4. EL PATRIOTA: Película
5. LA ILIADA: (Canto I): Homero
6. ÉTICA PARA AMADOR (Cap. I): Fernando Savater
7. LA ISLA DE LAS FLORES: Película

Trabajaremos en el problema 2 los siguientes tópicos: Responsabilidad y convivencia, ética y conciencia ecológica, responsabilidad y compromiso social de las empresas, violencia, medios de comunicación y ética.

Apoyos temáticos:

1. EL SEÑOR DE LAS MOSCAS (Especial People and Arts): William Goldin
2. EL MITO DE NARCISO
3. EL TITANIC: Película
4. LA ERA DEL VACIO (Cap. 3): Gilles Lipovetsky
5. VIOLENCIA, TELEVISIÓN Y ÉTICA: Javier Darío Restrepo
6. LA DIMENSIÓN ÉTICA DE LA EMPRESA: Fernando Savater

7. UNA MUJER AUDAZ: Película
8. EL MALESTAR EN LA GLOBALIZACIÓN (Cap. 9): Joseph E. Stiglitz

Abordaremos en el problema 3 tópicos como: La ética como arte de vivir, sentido de la vida, la búsqueda de la felicidad y otros que los estudiantes descubran y propongan en la investigación de este problema.

Apoyos temáticos:

1. HAMLET: Película
2. ANÉCDOTAS MORALES DEL JARDÍN PERFUMADO: Las mil noches y una noche
3. LOS CINCO SENTIDOS: Película
4. LA REVOLUCIÓN EN LA ÉTICA (Cap. 4): Norbert Bilbeny
5. ÉTICA PARA VIVIR MEJOR (Cap. 3): Peter Singer
6. ÉTICA PARA AMADOR (Cap. 4): Fernando Savater
7. EL COLOR DEL PARAISO: Película
8. MATRIX: Película

5. EVALUACIÓN

El curso se desarrolla a través de las investigaciones y reflexiones sobre propuestas temáticas que se describen en el contenido.

Para lograr una claridad de la temática propuesta, quienes participan en el curso entienden de la **RESPONSABILIDAD** de un trabajo serio de lecturas, análisis de películas previas a las sesiones, y de la escritura de informes y participación permanente en todas las discusiones. La calidad, esfuerzo y participación en estos procesos entregará una nota final según lo acordado al comienzo del curso.

6. ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS

PROBLEMA 1

Permanentemente nos vemos confrontados con toma de decisiones de las que incluso la vida de otros o la nuestra depende. Las estadísticas internacionales demuestran que cientos de miles de personas mueren en el mundo a causa de su decisión de no respetar las normas mínimas de tránsito. Según el Premio Nobel de la economía Joseph Stiglitz, actualmente millones de personas sufren las consecuencias de decisiones injustas en materia económica que afectan su salud, sus posibilidades de educación, su seguridad social, trabajo, etc. La Organización Mundial de la Salud demuestra que la decisión en el consumo descontrolado de grasas y azúcares cobran la vida de cientos de miles de personas en el mundo.

Algunas organizaciones humanitarias señalan que los millones de dólares que deciden gastar las mujeres anualmente por concepto de cosméticos en todo el mundo, solucionaría el problema de la hambruna y la sed en África.

¿Cómo sabemos que decidimos o hacemos algo voluntaria y conscientemente? ¿Cuál es el origen de nuestras decisiones?

PROBLEMA 2

La mayoría de nosotros vive en grandes ciudades donde se generan situaciones complejas que comprometen la calidad de vida de sus habitantes.

Según reportes de la C.V.C y el DAGMA, en la ciudad de Cali hay zonas en que la contaminación del aire y los niveles de ruido han alcanzado límites que colocan en riesgo la salud de las personas. Sin embargo, la mayoría de los habitantes de la ciudad no regulan el excesivo volumen de sus equipos de sonido en la casa o en el auto, algunos habitantes de la ciudad son propietarios o altos empleados de las empresas que mas generan contaminación. El descuido en el mantenimiento de los niveles contaminantes de nuestros autos es alarmante según la secretaria de tránsito; la indisciplina en el manejo de las basuras en nuestra ciudad por parte de sus habitantes es histórica, pues es sabido por todos que cualquier rincón de la ciudad es utilizado para arrojar basuras. Sobre lo anterior todos nos culpamos unos a otros. ¿Si nuestra vida se desarrolla necesariamente en sociedad, pueden haber acciones de las que seamos responsables todos o de las que no sea responsable nadie?

PROBLEMA 3

Vivimos en una sociedad de consumo que minuto a minuto nos incita a "Gozar" de la vida y ser "Felices" con todas las comodidades y placeres que a través de los avances de la ciencia y el mercado se colocan al alcance de nuestras manos: Turismo sin límite, gastronomía, moda, carro ultimo modelo, música, licor, drogas, cine, televisión, sexo, comunicación celular, Internet, etc. Sin embargo, en medio de toda esta oferta de "buena vida", los informes médicos oficiales señalan que cada vez son más altos los niveles de stress y sentimientos de soledad que actualmente padecen las personas. El uso y abuso de tranquilizantes reportan millonarias ganancias a la industria farmacéutica. El incremento del número de adictos a la

nicotina, el alcohol, la cocaína, que buscan desesperadamente escapar de la realidad, constituyen una de las mayores preocupaciones de nuestra sociedad contemporánea. En los países mas desarrollados la tasa de suicidios es alarmante y en concepto de los expertos es un comportamiento que obedece al vacío emocional del hombre en una sociedad que le aporta todo lo material pero lo deja solo en otros aspectos. Ante este panorama ¿será lo mismo “darse la buena vida” y “Saber Vivir Bien”? ¿Le es posible al hombre, la felicidad?

7. ACTIVIDADES Y EJERCICIOS CLAVES

Las actividades y tareas claves tendrán su desarrollo en la elaboración de informes de lectura, trabajos individuales y en grupo los cuales alimentaran el curso a través de sustentaciones y debates abiertos, talleres, exámenes y la elaboración de un trabajo final. Todo alimentado y guiado por el profesor en las clases y en los tiempos de asesorías a los estudiantes.

8. METODOLOGÍA

Nuestra metodología preferencia procesos inductivos, a partir de la investigación de problemas y tópicos propuestos. Señalando que ello siempre estará acompañado de una guía que permita a los participantes avanzar con mayor claridad. También se insistirá, que el estudiante como investigador, de hecho, podrá plantear nuevos problemas y rutas de investigación.

9. MEDIOS Y RECURSOS

Películas

- “El Patriota”
- “El señor de las moscas”
- “Titanic”
- “Una mujer audaz”
- “Hamlet”
- “Los cinco sentidos”
- “Matrix”
- “El color del Paraíso”
- “La isla de las Flores”

10. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ETICA PARA AMADOR. Fernando Savater. Santa Fé de Bogotá: Editorial ARIEL, 200
- APROXIMACION A LA ETICA. Norbert Bilbeny. Santa Fé de Bogotá: Editorial ARIEL, 1992
- LA REVOLUCION EN LA ETICA. Norbert Bilbeny. Santa Fé de Bogotá: Editorial ANAGRAMA, 1997
- LAS PREGUNTAS DE LA VIDA. Fernando Savater. Santa Fé de Bogotá: Editorial ARIEL, 2002
- ETICA GENERAL. Edwin de J. Horta, Víctor Rodríguez. Bogotá: Ediciones ECOE, 1999
- EL MALESTAR DE LA CULTURA. Sigmund Freud. Santa Fe de Bogotá: ALIANZA EDITORIAL, 1988
- ARISTOTELES OBRAS COMPLETAS. Madrid: AGUILAR EDICIONES, 1977
- WILLIAM SHAKESPEARE OBRAS COMPLETAS. Madrid: AGUILAR EDICIONES, 1961
- LAS MIL NOCHES Y UNA NOCHE. Barcelona: CIRCULO DE LECTORES, 1981
- MEDEA. Eurípides. Buenos Aires: Editorial JACKSON, 1981
- ILIADA. Homero. Buenos Aires: Editorial JACKSON, 1948
- LAS METAMORFOSIS. Ovidio. México: Editorial PORRÚA, 1996
- LOS GRIEGOS Y LO IRRACIONAL. Dods, ER. Madrid: Revista de Occidente, 1960
- USOS Y ABUSOS DEL PSICOANALISIS. Friedernan, L. Barcelona: PLAZA Y JANES, 1972

JAIME VALDERRAMA LOSADA
Viernes, 13 de mayo de 2005

III.24. UNIVERSIDAD DEL VALLE (Cali): **Comunicación masiva y mediaciones éticas.** Pfr. Camilo Aguilera toro.
(Fecha documento: 24-12-07)

Cali, agosto de 2007

Universidad del Valle
Escuela de Comunicación Social-Periodismo
Curso: **Comunicación masiva y mediaciones éticas**
Docente: Camilo Aguilera Toro

PRESENTACIÓN

*Nuestras universalizaciones no son sino la proyección
a escala del planeta de lo que, por nuestras
tradiciones, nos caracteriza y nos constituye como
cultura particular*
[Antony Sampson]

Cuando se habla de ética y comunicación usualmente la discusión se reduce a un asunto de deberes y obligaciones profesionales. La fuerza que en los últimos años vienen ganando los llamados códigos de ética periodística es una clara expresión de esta reducción; en ellos -como es posible observar en la *Ética para periodistas* de María Teresa Herrán y Javier Darío Restrepo (2005)- la ética aparece planteada como un compendio de orientaciones morales que objetivan regular el ejercicio profesional del periodismo. Si asumimos -con A. Sampson y M. C. Tenorio- que “la indagación de la ética no concierne sólo al deber y a las obligaciones; se ocupa igualmente por la naturaleza del bien y por los bienes que merecen buscarse, **por el sentido de la vida humana**”, la concepción ética promovida en los códigos o manuales éticos para periodistas, plantea un problema por cuanto niega en la ética su carácter reflexivo, su ánimo indagador del “sentido de la vida humana” en general y, para el caso del periodismo, del sentido de este oficio en particular. De ello se entiende que el modelo de “ética periodística” trazado por Herrán y Restrepo se soporta en valores presentados como naturales e inherentes al periodismo (veracidad, objetividad, imparcialidad, etc.). Así, la ética resulta desconectada de la indagación por la naturaleza del oficio del periodismo y, por tanto, de la indagación por la naturaleza de los valores históricamente asociados a este oficio.

Además de la inconveniencia de reducir la ética a un espacio de reproducción de valores y ideologías imperantes (*moral pública*), la propuesta de Herrán y Restrepo plantea un segundo problema que se expresa en este conjunto de sentencias: “Es posible construir la imagen universal del periodista [...], el perfil espiritual de un profesional que en cualquier lugar del mundo está movido por la misma pasión y sometido a las mismas normas, porque ellas definen la naturaleza de su oficio. [...] Estas normas universales permiten trazar un perfil del periodista, válido para todo el mundo. En cualquier lugar del planeta, el periodista profesional sabe que su actividad debe ajustarse a esas normas” (2005: 87-8). Esta concepción ética guarda estrecha relación con el carácter etno-centrista que inspira la universalidad auto-promulgada de los llamados derechos humanos. Para demostrar el alcance universal de los derechos humanos y de la *ética periodística* los argumentos son igual de totalizantes: “espíritu”, “naturaleza humana”, etc.. En su crítica a la concepción unilateral que inspira la promulgación de los derechos humanos, Sampson y Tenorio afirman que estos derechos han sido producto de luchas políticas histórica y culturalmente localizadas y, por ello, no pueden ser entendidas como “derechos universales ni naturales” (1998: 21). Partiendo de esta “determinación histórico-cultural del pensamiento ético” (Ídem: 22-3), los autores discrepan “con aquellos que quieren fundar los derechos humanos en argumentaciones metafísicas universalistas. [...] La esencia moral humana, supuestamente universal, un núcleo íntimo invariable, es la extrapolación de un modelo elaborado por una sola cultura [...] Las diversidades culturales, en todo lo que concierne a los cánones morales y los modos en que se concibe a la persona y a la condición humana, imposibilita todo común denominador” (Ídem: 24-5). Para los autores, esta “doctrina de los derechos humanos universales” (Ídem: 25) está en la base de la visión ética que sustenta los “compendios de instrucciones morales o deontológicas (semejante al juramento hipocrático del médico) de las profesiones” (Ídem: 26). Cuando se habla de “perfil espiritual del periodista” o de “naturaleza del oficio”, por tanto, no se hace cosa distinta que desproveer la ética, una vez más, de su condición como medio para la reflexión sobre el sentido de una profesión cuyo surgimiento, plenamente localizable, corresponde a condiciones culturales e históricas particulares, haciendo con esta operación que la ética periodística se sitúe en un plano supranacional y ahistórico.

Tomando distancia de esta concepción moralizante y universalizante de la ética (lo que no significa obviarla), la propuesta de curso aquí presentada opta por el análisis y la reflexión en torno a algunas de las *mediaciones éticas* que constituyen el ejercicio profesional del periodismo (dentro de las que se incluye, por supuesto, los propios códigos o manuales de ética para periodistas). Estas mediaciones -de índole económica, política, tecnológica y cultural- modulan, además de las posturas editoriales adoptadas por las empresas mediáticas, las rutinas de trabajo y los modos de producción de la información, los criterios de *noticiabilidad*, el uso de fuentes informativas, el empleo de géneros informativos, entre otros procedimientos propios del ejercicio del periodismo; antes que operaciones meramente técnicas, estos procedimientos representan decisiones éticas a las que los periodistas se ven cotidianamente abocados a tomar.

OBJETIVO

Aproximar a los estudiantes al análisis y la reflexión en torno al conjunto de mediaciones éticas que regula el ejercicio profesional del periodismo y de otros campos de actuación de los/as comunicadores sociales

CONTENIDOS

1. **Universalización y moralización de la “ética periodística”: el problema de las ideologías profesionales** (2 sesiones) – Como punto de partida del curso se estudiará y problematizará los principios que orientan la definición de códigos o manuales de ética profesionales, prestando especial atención al campo de la comunicación mediática, y su articulación al tema de las ideologías profesionales en tanto conjunto de dispositivos que tienden a la naturalización y

universalización de creencias y visiones de mundo. De modo general, esta parte del curso persigue afirmar el carácter contingente de toda postura ética y su necesaria vinculación a las esferas de la cultura y la historia.

Bibliografía: 1. TENORIO, María C. y SAMPSON, A. *Psicología, culturas y valores morales*. Revista Colombiana de Psicología. 1998. 2. RORTY, Richard. *Derechos humanos, racionalidad y sentimentalismo*. Revista Praxis Filosófica, No. 5, Octubre de 1995. 3. Zuleta, Estanislao. *Ética, terror y revolución*. (En ZULETA, Estanislao. Colombia: violencia, democracia y derechos humanos. Cali: Fundación Estanislao Zuleta, 1998. 4. HERRÁN, M. T. y RESTREPO, J. D. *Ética para periodistas (Cap. Hacia una definición de periodista)*. Bogotá: Norma, 2005.

2. **Periodismo, capitalismo y globalización** (3 sesiones) – Esta parte del curso será dedicada a la revisión de la historia de la formación de la prensa en Colombia: de los efímeros proyectos editoriales de enfoques nacionalista, político-proselitista, científico y moralista (ss. XVIII y XIX) a la formación de empresas periodísticas de largo aliento (s.XX), cuyo desarrollo se enmarca en la incorporación del país al capitalismo. En este cuadro de temas interesa situar el periodismo en el modelo de funcionamiento de las organizaciones mediáticas en tanto empresas cuya continuidad depende de la rentabilidad económica, entendiendo que los modos de producción de información son una importante mediación del oficio periodístico. También merecerán especial atención mediaciones igualmente estructurales como, de un lado, el alto nivel de desempleo del gremio periodístico (acentuado por la profusión de facultades de comunicación en el país durante los últimos 15 años y que repercute en la precariedad salarial de los profesionales del periodismo); y de otro lado, la creciente concentración e internacionalización de los medios de comunicación en el país, característica de la era de globalización económica.

Bibliografía: 1. ACOSTA, Carmen Elisa. *La palabra en la construcción de la nacionalidad*. (En VARIOS. Medio y nación: historia de los medios de comunicación en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003). 2. JARAMILLO, Jaime. *Presa política y cultura en el siglo XIX*. (En VARIOS. Medio y nación: historia de los medios de comunicación en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003). 3. CARDONA, Jorge. *De la mordaza a los grandes diarios*. (En VARIOS. Medio y nación: historia de los medios de comunicación en Colombia. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2003). 4. GONZÁLEZ, Julián. *Cronografía básica del periodismo colombiano del siglo XIX* (texto inédito). Cali: 2003. 5. GONZÁLEZ, J. y ARTEAGA, M. *Lógicas mediáticas: algunas claves del funcionamiento del campo mediático* (En VARIOS. La representación de lo indígena en los medios de comunicación. Medellín: Hombre Nuevo, 2005).

3. **Libertad de prensa y derecho a la información: las tensiones entre libertad y responsabilidad social y entre la información como bien común y la información como mercancía** (3 sesiones) – En esta parte del curso se propone abordar la genealogía de los conceptos de libertad de prensa y derecho a la información, medulares para la comprensión de las bases jurídicas que inspiran el periodismo contemporáneo y que, contrapuestos, revelan una tensión entre libertad y responsabilidad social del periodismo (dilema propio de la democracia). La defensa de la libertad de prensa absoluta (resultado de la necesidad de imponer límites a la monarquías totalitarias de la Europa del siglo XVIII y cuya expresión más nítida se encuentra en la Declaración de los Derechos del Hombre de la Revolución Francesa), es matizada, ya desde finales del s. XIX, por el concepto de derecho a la información, que pone el acento en la responsabilidad social de quien informa. La Constitución de 1886 ya expresaba este ajuste conceptual: “la prensa es libre [...] pero responsable, con arreglo de la Ley, cuando atente contra la honra de las personas, a la orden social y a la tranquilidad pública” (Art. 42). La Constitución de 1991 re-affirma este enfoque³. La segunda tensión se expresa al contrastar el concepto de información como *bien público* (ONU, UNESCO, Constitución de Colombia de 1991) con el modo de producción de dicha información, definido por la naturaleza comercial de las empresas periodísticas. Visto así, información y mercancía son conceptos, sino idénticos, al menos colindantes. Como anota Ignacio Ramonet, “dentro del esquema industrial que han concebido los patrones de las empresas del ocio, todos constatan que la información es ante todo considerada como una mercancía, y que este carácter es, con mucho, más fuerte que la misión fundamental de los medios de comunicación: iluminar y enriquecer el debate democrático” (2007: 65).

Bibliografía: 1. MELO, Jorge Orlando. La libertad de prensa en Colombia: su pasado y sus perspectivas actuales. En: *blaa.org*. 2003 (Artículo). 2. GUBERN, Roman. Condicionamientos políticos y estructurales de la libertad de expresión. 1982. 3. REY, Germán. *El otro lado de los derechos. La apropiación social del derecho a la información* (En REY, Germán. La fuga del mundo. Bogotá: Random House Mondadori, 2007. 4. RAMONET, Ignacio. *Ser periodista hoy* (En RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Madrid: Debate, 1998).

4. **La ideología de la objetividad: la información como realidad** (3 sesiones) – Esta parte del curso busca reconocer el lugar del discurso de la objetividad en el periodismo (y su relación con el discurso científico). Valores como *neutralidad* y *veracidad* ayudan a entender la naturaleza de este discurso ya que son condición de la eficacia de las empresas informativas en la construcción y promoción de modelos interpretativos que tienden a imponerse como hegemónicos (las encuestas son un ejemplo paradigmático). El concepto de *fabricación de consensos* usado por

³ En ésta, al ser asumida la información como un derecho fundamental, el mecanismo jurídico de la tutela hace que las esferas de la ética y la justicia necesariamente se imbriquen, lo que complejiza aún más el debate en torno a la “ética periodística”.

Ramonet (2007) y Chomsky (2007) resultarán de gran utilidad en el abordaje de los temas señalados. También contribuirá a esta tarea el análisis de la noticia como formato por excelencia de la “objetividad periodística”; género de síntesis informativa caracterizado, entre otros rasgos, por la ausencia de elementos de contexto, de causalidad y de consecuencias del acontecimiento noticiado.

Bibliografía: 1. BOURDIEU, Pierre. La censura. (En GARCÍA-CANCLINI, Néstor. Sociología y cultura. México, Grijalbo: 1991). 2. MARTINI, Stella. Periodismo, noticia y noticiabilidad (Caps. *Acontecimiento y noticia* y *El estudio de la noticiabilidad*). Buenos Aires: Norma, 2000. 3. VAN DICK, Teun. *El análisis del discurso social*. (En VASILACHIS, Irene. La construcción de representaciones sociales – Discurso político y prensa escrita). Barcelona: Gedisa, 1997. 4. AGUILERA, C. y OSORIO, A. *Educación y comunicación masiva: los ECAES según la prensa escrita*. Revista Guillermo de Ockham, Universidad de San Buenaventura (Cali), 2006. Vol. 4. No. 1.

5. **Representaciones mediáticas: el caso de las minorías sociales** (3 sesiones) – Habiendo estudiado algunas de las mediaciones éticas que condicionan el ejercicio del periodismo, esta parte del curso será destinada al estudio de investigaciones dedicadas al problema de las representaciones mediáticas de minorías sociales. A través suyo se busca discutir el papel de los medios de comunicación en la reproducción de ideologías dominantes y en la manutención de las condiciones de exclusión simbólica de minorías sociales como las poblaciones indígenas y los jóvenes de clases populares urbanas. En ambos casos, el tema de la identidad cultural como objeto de representación resultará central.

Bibliografía: 1. GONZÁLEZ, Julián *et. alli*. La representación de lo indígena en los medios de comunicación. (Caps. *Introducción y Funciones de representación. Existir y ser negado en el discurso. De cómo los medios y sus fuentes nombran lo indígena*). Hombre Nuevo Editores, 2005. 2. AGUILERA, Camilo. O espetador como espetáculo: notícias das torcidas organizadas na Folha de S. Paulo (1970-2003) (Caps. *Introdução y Folha de S. Paulo: representações da torcida*). Campinas (SP): Universidade Estadual de Campinas, 2004. 3. SUNKEL, Guillermo. La prensa sensacionalista y los sectores populares (*Introducción y Capítulo 3*). Bogotá: Norma, 2002.

6. **El periodismo cívico: la información para el paradigma de la democracia participativa** (2 sesiones) - En conexión con el anterior conjunto de temas, esta parte del curso estudiará las características del enfoque de *periodismo cívico* en dos experiencias locales impulsadas por el Estado y la universidad pública: se trata del proyecto *CalideVida* y de la socialización del Plan de Gestión de Residuos del Municipio de Cali, iniciativas financiadas por la Administración Municipal y ejecutadas por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle. En ambos proyectos se convocó la participación de periodistas de medios locales para reflexionar, en jornadas académicas, sobre su papel en la socialización de temáticas sensibles para la ciudad como la violencia urbana y el medio ambiente. Conceptos como democracia, ciudadanía, opinión pública y el periodista como nexo entre actores sociales fueron centrales en este proceso.

Bibliografía: 1. BONILLA, J. y TAMAYO, C. Las violencias en los medios: los medios en las violencias. (Cap. *La escenificación mediática: contenidos, naturaleza y agendas de la violencia*). Bogotá: CINEP, 2007. 2. Memórias del proyecto *CalideVida*. 3. CARRASCO, Sabrina. Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas. En *cambiocultural.com.ar*. Junio de 2003 (Artículo). 3. VARIOS. Iec: Alternativas ciudadanas al manejo de residuos en Cali (Cap. *Relación del sector mediático con el tema de los residuos sólidos*). Cali: Universidad del Valle, 2006.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica concebida para el desarrollo del curso se soporta en tres componentes: de un lado, la introducción, a cargo del docente, de los conceptos y problemas teóricos abordados en el curso; el segundo componente es el monitoreo y análisis, a manera de laboratorio de investigación colectivo, de la cobertura mediática de temas y acontecimientos que, por sus características, permitan profundizar y problematizar los conceptos y problemas teóricos antes trabajados; el tercer componente es el desarrollo de debates en los que sea posible articular la bibliografía consultada y las pesquisas adelantadas por los estudiantes.

La evaluación del desempeño de los estudiantes en el curso será individual y obedecerá a dos criterios: la participación del estudiante en los laboratorios de investigación colectiva y en los debates (60%) y la elaboración de un trabajo final, en el que se espera que el estudiante consiga articular al análisis de un tema específico algunos de los conceptos y problemas teóricos trabajados (40%). Las fechas de entrega del trabajo final dependerá del calendario académico de la Universidad y de la Escuela de Comunicación Social-Periodismo. El soporte empleado para el trabajo final puede ser tan diverso como los medios estudiados: impreso, audiovisual, radiofónico o hipertextual.

III.25. UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI: **Ética y Códigos Deontológicos**. Pfr. . (Fecha documento: 3-5-08)

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO: Ética y Códigos deontológicos

CÓDIGO:**PRE-REQUISITOS:** Ninguno**SEMESTRE:** 7**CICLO Y NUCLEO TEMATICO:** Profesional – Socio-humanístico**TIPO DE CURSO:** Obligatorio**CREDITOS:** 3**INTENSIDAD HORARIA SEMANAL PRESENCIAL:** 3**OBJETIVOS**

El Curso de Ética y Códigos Deontológicos sigue la línea de la conceptualización en humanidades y ciencias sociales, de Comprender los saberes y prácticas que complementen la formación integral del comunicador y contribuyen a la sensibilización de este hacia la responsabilidad social, el compromiso ético y profesional. Y además, despertar en el estudiante una aptitud crítica y reflexiva frente a su profesión. No sólo para comprometerlo con el trabajo académico, sino para que pueda llevar tal aptitud a la práctica del mundo de la vida.

Otros objetivos más puntuales pueden llevarnos a clarificar este Curso, como: Comprender explicaciones acerca de la filosofía moral, Explicar los fundamentos de los juicios morales, Reconocer el panorama de: las concepciones de la ética del otro, ética de la diferencia, ética del cuidado en sí, ética discursiva, y Conocer la preocupación por los valores desde los estudios de genealogía de la moral hasta la ética pública.

CONTENIDOS**I. Introducción al Curso**

- El hombre y su relación con el mundo

II. La Ética

- Genealogía de la moral
- Colocarse en lugar del otro

III. Cultura

- Ética de la diferencia
 - Valores tradicionales
 - Valores de racionalidad

IV. Comunicación

- Ética discursiva y Acción Comunicativa

V. Política

- Códigos deontológicos.

VI. Ética y la esfera pública**ESTRATEGIAS PEDAGOGICAS**

Hay que considerar que la asistencia al Curso es obligatoria, tal como lo estipula la Universidad y como conviene al ordenamiento académico de los créditos.

Se hace la petición de que todo estudiante del Curso requiere del uso de un buen diccionario, para efectos de la comprensión de conceptos y de aclaraciones sobre ideas.

En la introducción al Curso se explicarán las ideas básicas para hacer: una reseña, un protocolo y un Ensayo.

En el tiempo presencial se prevé que habrá una introducción por parte del profesor por cada tema y luego se entrará a discutir sobre las lecturas ordenadas para el curso. No obstante, el profesor previamente a las sesiones entregará una guía de preguntas para desarrollar las lecturas. Tales preguntas servirán para la discusión de las lecturas en clase (además de las preguntas de los estudiantes).

Para cada sesión los estudiantes deberán entregar la reseña de la lectura o lecturas. Y se nombrará entre los estudiantes a un protocolante de la sesión.

El trabajo independiente del estudiante, básicamente se orienta hacia la lectura motivada por las preguntas previas, la escritura de reseña, el aprovechamiento de las asesorías, y la entrevista a personas que ejercen su profesión.

La reseña tiene como fin, dar cuenta de lo que trata un texto. De acuerdo con Paul Valery: “el objeto de un crítico verdadero debería consistir en descubrir cuál es el problema que el autor se ha planteado y en averiguar si lo ha resuelto o no”. La reseña, básicamente, se piensa a desarrollarse en cuatro puntos: 1. se *describe el texto* en sus partes desarrolladas. 2. se determina cuál es la *idea principal del texto*, o lo que quiere decir el autor. 3. se dice cuáles son las *ideas secundarias* o que confirman esa idea principal. 4. se desarrolla un *comentario personal* en el que se trata de opinar respecto del contenido.

SISTEMA DE EVALUACION

El estudiante debe llegar en el semestre a completar un mínimo de 10 reseñas y 1 ensayo final. El primer (30%) y segundo (30%) parciales se evaluarán correspondiendo a la responsabilidad con las reseñas, la participación en clase y en las asesorías.

Para el ensayo final, o nota final (40%), habrá asesorías previas, así que el estudiante presentará borradores. El estudiante podrá decidirse por cualquier tema en el cual se plantee una pregunta que contenga la relación con el mundo de la vida y su profesión.

BIBLIOGRAFIA

- CAMPS, VICTORIA. Historia de la ética. Crítica. Barcelona. 2000.
- NIETZSCHE, FEDERICO. Genealogía de la Moral. Bedout. Medellín. 1974.
- MACINTYRE, ALASDAIR. Tras la virtud. Crítica. Barcelona. 2001.
- CORTINA, ADELA. Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y Sociedad. Taurus. España. 1998.
- MILL, JOHN S. Sobre la Libertad. Sarpe. España. 1984.
- POPPER, K. CONDRY, J. La televisión es mala maestra. Una patente para producir televisión. FCE. México. 2000.
- ZULETA, ESTANISLAO. El elogio de la dificultad y otros ensayos. FEZ. Cali. 2001.
- ————— Colombia: Violencia, Democracia y Derechos humanos. Altamir. Bogotá. 1991.
- KANT, INMANUEL. La Metafísica de las Costumbres. Rei Andes. Bogotá. 1995.
- ROUSSEAU, J. J. El Origen de las Desigualdades Entre los Hombres. Universales. Bogotá. 2001.
- GRUESO, DELFIN. Cultura, Entendimiento y Reconocimiento. Lenguaje y Cultura. Univalle. Cali. 2002.
- NUÑO, JUAN. Ética y cibernética. Monte Ávila. Venezuela. 1994.
- CERRONI, UMBERTO. Política. S XXI. México. 2000.
- LOCKE, JOHN. Ensayo sobre el Gobierno Civil. Aguilar. Madrid. 1980.
- HUXLEY, ALDOUS. Nueva Visita a un Mundo Feliz. Seix Barral. Bogotá. 1985.
- ARENT, HANNA. Crisis de la República. Taurus. Madrid. 1973.
- HABERMAS, JURGEN. Teoría de la acción comunicativa I, II. Taurus. 2º edición. España, 2001.
- ————— Ética discursiva y acción comunicativa. Ariel. Barcelona. 1995.
- ————— La inclusión del otro. Estudios de teoría política. Paidós. Barcelona. 2000.
- MARCUSE, HEBERT. El hombre unidimensional. Ariel. Barcelona. 1990.
- FLORIÁN, VÍCTOR. Diccionario de Filosofía. Bogotá. 2002.
- GÓMEZ, ADOLFO. Breve tratado sobre la mentira. Universidad del Valle. Cali. 2003.

IV. SYLLABUS DE VENEZUELA

IV.1. UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA (Maracay). **Principios y valores éticos de la Comunicación Social.** Pfra. Digna Espinoza . (Fecha documento: 23-4-08)

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN, EVALUACIÓN Y APOYO DOCENTE**

ESCUELA: Comunicación Social

ASIGNATURA: MCD-722 (PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS DEL COMUNICADOR SOCIAL)

DOCENTE: Dra. Digna Espinoza de Vitanza CÉDULA DE IDENTIDAD: V-3.847.707

Semana	Objetivos y/o Contenidos	Técnicas Didácticas	Instrumento para la Evaluación	Criterios (Ponderación)
--------	--------------------------	---------------------	--------------------------------	-------------------------

1	Presentación. Análisis de Actividades y Plan de Evaluación	Dinámica de grupo		
2	UNIDAD I. TEMA 1 Los Medios de Comunicación de Masas al servicio de la sociedad.	Conferencia	Intervenciones del alumnado	Acumulativo. Nivel de Participación
3	UNIDAD I. TEMA 2 El Ocio y los Medios de Comunicación	Exposición a través de esquemas	Disertación con el alumnado	Acumulativo. Nivel de Participación
4	EVALUACIÓN	Taller práctico	Evaluación escrita sobre la confianza en los Medios de Comunicación	15%
5	UNIDAD II TEMA 3 La Opinión Pública	Exposición con esquemas	Discusión dirigida	Acumulativo Nivel de participación
6	UNIDAD II TEMA 3 La Globalización y los Medios de Comunicación	Lectura y análisis de material impreso	Intervenciones del alumnado	Acumulativo. Nivel de Participación
7	EVALUACIÓN	Entrega de Monografía	Debate dirigido sobre las monografías	15%
8	RETROINFORMACIÓN			40%
9	UNIDAD III. TEMA 4 La Ética como norma de conducta	Lectura del Código de Ética	Intervenciones espontáneas	Acumulativo Nivel de Participación
10	UNIDAD III. Continuación TEMA 4 Responsabilidad Social del Comunicador Social Principios Éticos	Lectura del Código de Ética	Intervenciones espontáneas	Acumulativo. Nivel de Participación
11	EVALUACIÓN	Taller	Debate sobre los Principios de la UNESCO	15%
12	UNIDAD IV. TEMA 5 Los valores. Concepto. Definiciones	Análisis de material impreso	Intervenciones del alumnado	Acumulativo. Nivel de Participación
13	EVALUACIÓN	Ejercicio practico	Organización del alumnado	15%
14	UNIDAD IV TEMA 6 La Comunicación Social y los Valores Éticos. Responsabilidad Moral del Comunicador Social	Análisis de material impreso	Discusión dirigida	Acumulativo. Nivel de Participación
15	EVALUACIÓN	Discusión de material impreso	Disertación por grupos	20%
16	RETROINFORMACIÓN			60%

Dra. Digna Espinoza de Vitanza

IV.2. UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO (Caracas). **Ética Profesional.** Pfr. Max Römer. (Fecha documento: 1-8-07)

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
Escuela de Comunicación Social
Pensum de Estudios

ÉTICA PROFESIONAL

Mención:	Comunicaciones Publicitarias, Periodismo, Artes Audiovisuales
Semestre:	VII
No. de horas semanales:	2 h
Tipo de materia:	Examen Final

INTRODUCCIÓN

Toda actividad profesional rinde un servicio a los demás. Cuanto más vital e indispensable sea ese servicio social, mayor es la responsabilidad que tiene el profesional de prestarlo a cabalidad. Sin comunicación la vida social es obviamente imposible. Esto ha sido siempre así, pero seguramente lo es hoy más que nunca. Con excelentes medios técnicos y a través de procesos comunicacionales cada vez más ricos y complejos, las sociedades humanas actualmente pueden llegar a alcanzar niveles muy altos de integración, participación y eficiencia. El desarrollo cuantitativo y sobre todo cualitativo de la comunicación social es efecto y, a la vez, una de las principales causas del desarrollo cultural, social y político de una sociedad determinada. En consecuencia, el comunicador social deberá reflexionar con profundidad sobre la función social de su profesión y sobre sus múltiples e insoslayables responsabilidades éticas para con el conjunto de la sociedad. A través de esa adecuada reflexión, deberá evaluar lo que es conveniente y correcto en su actuar comunicativo. La Ética Profesional del comunicador social deberá ser estudiada, en primer lugar, a partir de los fundamentos filosóficos últimos que le sirven de base. Deberán analizarse también los principales condicionamientos culturales, sociales y políticos que le afectan concretamente hoy, en una perspectiva general y más específicamente latinoamericana. Se tratará finalmente de elaborar una deontología apropiada para el ejercicio profesional de la comunicación en la Venezuela de hoy y del mañana.

OBJETIVO GENERAL

Discernir las implicaciones éticas del ejercicio profesional del comunicador social dentro de la realidad social venezolana.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender la vida moral humana, en general, a partir de sus propios fundamentos.
- Conocer a fondo lo que implican la profesión misma del comunicador social y su ejercicio.
- Asimilar críticamente los códigos de ética vigentes y estar en capacidad de formular propuestas mejores y alternativas.

CONTENIDO DEL PROGRAMA**UNIDAD I: FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS DE LA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN**

La ética y el hombre. Concepciones históricas de la ética. La comunicación humana como proceso inevitable y permanente de realización moral. La necesidad vital de informar y estar informados. El comunicador profesional entre la realidad y la utopía. Facilitador en función delegada. Perfiles y responsabilidades.

Dedicación en tiempo: 20%

UNIDAD II: CONDICIONAMIENTOS SOCIO-POLÍTICOS DE UNA ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Ética de la comunicación y política. Ética de la comunicación y derecho. Ética de la comunicación y economía. Ética de la comunicación y cultura. Lo religioso como soporte posible de una ética de la comunicación.

Dedicación en tiempo: 20%

UNIDAD III: LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN SU CONTEXTO

Globalización del proceso de comunicación. Tendencias en la propiedad de los medios. La publicidad y los medios. Comunicación y cultura de masas. Comunicación y subdesarrollo. Censura, autocensura y grupos de presión. Colegio Nacional de Periodistas y Sindicatos respectivos. Nuevas tecnologías.

Dedicación en tiempo: 20%

UNIDAD IV: DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Verdad y veracidad. Error y mentira. Certeza, probabilidad y duda. Información, interpretación y opinión. Publicidad, Propaganda y relaciones públicas. Información, educación y entretenimiento. La justicia. Vida privada y vida pública. Faltas por comisión y por omisión.

Obligaciones ética con relación a la verdad. Verdadera y falsa objetividad informativa. Reportero, periodismo interpretativo y de opinión. Sensacionalismo, violencia. El silencio como mentira. El acceso a las fuentes. Condiciones del secreto profesional. La inviolabilidad de la fuente. El respeto a la integridad de la fuente.

Dedicación en tiempo: 20%

UNIDAD V: OBLIGACIONES ÉTICAS CON RELACIÓN A LA JUSTICIA

Derecho de respuesta y deber de rectificación. Límites de la información persuasiva. El derecho a la fama. Respeto a la vida privada. Moralidad pública y seguridad nacional. Información y discriminaciones humanas. Información y bien común.

Dedicación en tiempo: 10%

UNIDAD VI: PROPUESTAS PARA UN CÓDIGO DE ÉTICA ALTERNATIVO

Dedicación en tiempo: 10%

ORIENTACIÓN BIBLIOGRÁFICA

- Alsio, S. (1998). *Ética y periodismo*. Barcelona: Edit. Herder.
- Aranguren, J. L. (1968). *Ética*. Madrid: Revista de Occidente.
- Aranguren, J. L. (1968). *Ética y Política*. Madrid: Edit. Guadarrama.
- Bonete, E., et al. (1995). *Ética de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Edit. Tecnos.
- Camps, V., et al. (1988-1992-1989). *Historia de la ética (tomos I-II-III)*. Barcelona: Edit. Crítica.
- _____ (1992). *Concepciones de la ética*. Madrid: Edit. Trotta.
- _____ (1996). *Virtudes públicas*. Madrid: Edit. Alianza.
- _____ (1991). *La imaginación ética*. Barcelona: Edit. Ariel.
- Olivé, L., et al. (1997). *Ética y diversidad cultural*. México: Edit. Fondo de Cultura Económica.
- Castilla del Pino, C., et al. (1992) *El silencio*. Madrid: Edit. Alianza.
- _____ (1979). *La incomunicación*. Madrid: Edit. Alianza.
- Cortina, A. (1995) *Ética sin moral*. Madrid: Edit. Tecnos.
- _____ (1996) *Ética mínima*. Madrid: Edit. Tecnos.
- Aznar, H. (1999). *Ética y Periodismo*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Barroso, P. (1984). *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid: Edit. Verbo Divino.
- _____ (1985). *Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información*. Barcelona: Edit. Mitre.
- Bilbeny, N. (1997). *La revolución ética*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- _____ (1995). *El idiota moral*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Edit. Destino.
- Escobar, G. (1992). *Ética*. Caracas: Edit. McGraw Hill.
- Fagothey, A. (1992). *Ética: teoría y aplicación*. Caracas. Edit. McGraw Hill.
- Grijelmo, A. (2000). *La seducción de las palabras*. Madrid: Edit. Taurus.
- Guisan, E. (1995). *Introducción a la ética*. Madrid: Edit. Cátedra.
- Habermas, J. (1991). *Escritos sobre moralidad y eticidad*. Madrid: Edit. Paidós.
- Hare, R. (1999). *Ordenando la ética: una clasificación de las teorías éticas*. Barcelona: Edit. Ariel.
- Innerarity, D. (2001). *Ética de la hospitalidad*. Barcelona: Edit. Península.
- Kung, H. (1992). *Proyecto de una ética mundial*. Madrid: Edit. Trotta.
- Marina, J. (1998). *Ética para naufragos*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Novoa, E. (1979). *Derecho a la vida privada y libertad de información*. México: Edit. Siglo XXI.
- Orozco, G. (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. Buenos Aires: Edit. Sígueme.
- Pasquali, A. (1985). *Comprender la comunicación*. Caracas: Edit. Monte Avila.
- Revista Comunicación: Números 1 - 20.
- Riviere, M. (1995). *La década de la decencia*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Rubert de Ventos, X. (1971). *Moral y nueva cultura*. Madrid: Edit. Alianza.
- _____ (1971). *Ética sin atributos*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Sánchez, A. (1979). *Ética*. México: Edit. Grijalbo.
- Savater, F. (1982). *Invitación a la ética*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- _____ (1988). *Ética como amor propio*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- _____ (1991). *Ética para Amador*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- _____ (1994). *El contenido de la felicidad*. Madrid: Edit. Aguilar.
- _____ (1995). *Diccionario filosófico*. Barcelona: Edit. Planeta.
- _____ (1999). *Las preguntas de la vida*. Barcelona: Edit. Ariel.
- Soria, C. (1998). *El laberinto informativo: una salida ética*. Barcelona: Edit. Anagrama.
- Utz, A. (1972). *Manual de Ética*. Barcelona: Edit. Herder.

IV.3. UNIVERSIDAD MONTEÁVILA (Caracas). **Ética y Comunicación**. Píes. G. López, J. Leizaola y F. Vizcaya
(Fecha documento: 21-6-07)

ÉTICA Y COMUNICACIÓN

Marzo 2007

COMUNICACIÓN

40181	Teoría: 4 H/S	Práctica: 0 H/S	Créditos: 4	Semestre VII
-------	---------------	-----------------	-------------	--------------

SOCIAL

RELACIÓN CON OTRAS MATERIAS: Teoría de la Comunicación e Información (II), Opinión Pública (V), Sociología de la Comunicación (V), Teoría y Práctica de la Radio (V), Teoría y Práctica de la Televisión (VI), Comunicación Política (VI), Comunicación en las Organizaciones (VIII), Teoría y Práctica del Cine (VII), Análisis Crítico de la Publicidad (IX)

Justificación

El ser humano debe vivir con una conciencia clara de su misión. La vida no es un transcurrir vacío sino que está compuesto de acciones intencionales, que suelen tener una finalidad, y unos medios empleados para conseguir esas metas planteadas. La estructura dialogica que soporta la estructura de ese ser, hace que se planteen acciones que dignifican a la persona en su totalidad y no una sola de sus partes. Al ser además ese ser complejo, por sí mismo y por sus relaciones con los demás, se ha definido como ser social, se comprende que una asignatura como Ética, es indispensable para la formación de profesionales de la comunicación, porque trabajan con las personas individualmente y con la sociedad, en su conjunto, no sólo para transmitir noticias e información, sino para extraer sus noticias de esa misma sociedad.

Marco Conceptual:

El estudio en un ámbito universitario de los actos propiamente humanos como la libertad, la elección de bienes, la expresión y otros, son tema “necesario” de profundización para una carrera como la de Comunicación. La ética en el ejercicio de esta misma opción universitaria hace que se pueda influir realmente en personas y sociedades, hace que nos planteemos una asignatura que está en el orden no sólo de lo teórico sino de la inteligencia práctica o prudencia, que requiere formación de la razón para dirigir un actuar cónsono con la profesión y también con la dignidad personal.

Objetivos

Los alumnos al finalizar el curso, logren:

- Conocer los diferentes aspectos de la acción humana, en función de los términos y conceptos de la ética cristiana.
- Discriminar los diferentes aspectos de la ley natural y de la ley moral, en cuanto disponen al acto humano libre.
- Adquirir las habilidades intelectuales, (interpretar y escuchar serenamente razones y reconocer circunstancias) adecuadas para el juicio moral ante la conducta humana de nuestra época.
- Optimizar las competencias, adquiridas anteriormente, para el razonamiento discursivo y para evitar el error intelectual.
- Identificar las falacias y los sofismas, que generan o inducen a error en los escritos ordinarios de las publicaciones de acceso masivo.
- Analizar, a través de investigación de campo, opiniones y afirmaciones en temas éticos, y producir estudio crítico sobre ello.
- Identificar los errores intelectuales a través de estudios de caso, por vídeos o textos escritos..

Sema na	Contenido	Metodología didáctica y evaluación	Bibliografía
1	Presentación de la materia. Organización de equipos y reglas de trabajo. Metodología. Conceptos iniciales. Un poco de Historia y evolución del término. Metafísica del fin humano. Disposiciones de estudio en esta materia. La ciencia de la ética. Ordenamiento de este estudio	Uso de vídeo: “ Cuentos del Bronx ”. Evaluación de la actividad.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 325-328
2.	¿Qué es el bien? ¿Cómo se conoce el bien humano? Naturaleza del Bien según varios autores. Bien y justicia, conceptos cercanos para la búsqueda intelectual. Teoría metafísica y teoría subjetiva del bien. Características. Niveles del bien. Los criterios de juzgar, la crítica al criterio o conocimiento que avanza, la conciencia..	Trabajo de encuestas personales o por equipo. Redacción de cuestionario. Producción de ideas en clase sobre el tema investigado. El Bien personal, comunitario.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 330-338

3.	Orden y amor. La Justicia y el Derecho. Libro II de la República de Platón ¿Qué son las acciones libres? El mal como privación. El mal como desorden. Mal y libertad personal. Bien propio y bien común. El bien común de la humanidad o el fundamento del derecho. Los derechos humanos.	Segmento de “ IA ” y de “ I, Robot ”, en la relación de los seres humanos vs. Máquinas pensantes.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 345-354 Platón. La República. Libro II. Ediciones Aguilar.
4.	Ley eterna y Moral. La conciencia. Principios que guían la conciencia. Voluntad y Libertad. La persona humana centro y principio de operaciones de los actos humanos. Responsabilidad de los actos humanos, consecuencias y formación para los mismos.	Encuesta sobre la justicia. Afirmación de la encuesta anterior, revisión de la misma y ajustes. Características del hábito justo. Trabajo sobre la encuesta.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 367-371
5.	1er. Examen Parcial Los conceptos de ética. El bien. La libertad. Los criterios de conocimiento y de juicios sobre las acciones. Leyes que rigen la acción humana.	Vídeo “ Rain Maker ”. Trabajo sobre el texto de la película. El bien en situación familiar, profesional y social especial. Trabajo de cuestionario realizado.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 372-375 Josef Pieper. Las Virtudes Fundamentales. Introducción.
6.	Las virtudes humanas. Tipos de pecado. Efectos del pecado como trasgresión de la ley natural y humana El entrenamiento ético. El placer. <i>Carpe diem</i> . Epicuro. Control racional. Placeres, bienes y deberes. Imperativo kantiano. Crítica de Nietzsche.	Encuesta sobre los derechos humanos en nuestro medio ambiente. Análisis del cuestionario en clase.	Ayllón, José Ramón. Ética Razonada. Pp. 67-100
7.	La buena elección. El establecimiento del amor. Amor firme y estable. La moderación del deseo	Vídeo: “ Steal Magnolias ” sobre la ética en comunidades y su influencia en las tradiciones humanas.	Torre, José María. Filosofía Cristiana. Pp 402-405
8.	Gobierno. Autoridad y derecho. Gobierno y Política. Autoridad y Obediencia. Naturaleza del orden jurídico. Derechos, deberes. Propiedad privada.	Encuesta sobre El amor de noviazgo, el amor conyugal. Análisis de la encuesta y trabajo de grupos en clase.	Cardona, Carlos. Metafísica del Bien y del Mal. Edi. Universidad de Navarra. P.p 209-231
9	La libertad. El ser como amor. La libre elección. La disposición a querer lo bueno.. Tipos de relación de amor según la división aristotélica del libro VIII.	Vídeo “ Rain Man ”. La comprensión de la naturaleza humana. La utilidad del bien y el derecho.	Cardona, Carlos. Metafísica del Bien y del Mal. Edi. Universidad de Navarra
10.	La Libertad. Los distintos tipos de responsabilidad, en la ciudadanía y en la disposición gubernamental para la formación de ciudadanos.	Recoger artículos y vídeos de discursos presidenciales, históricos o de nuestra época.	Democracia y sus críticos. Robert Dahl. Ediciones Gedisa. Barcelona.
11.	La Virtud de la Prudencia en el gobierno de la ciudad. Necesidad de cultivo de esta disposición en el ciudadano y en la persona humana.		Josef Pieper. “Las Virtudes Fundamentales”
12.	La Virtud de la Justicia. La	Vídeo “ Under Fire ”, sobre	Josef Pieper. “Las Virtudes

	influencia de la cultura y de la constitución de las razas en un pueblo o comunidad. Importancia para la vida social. La sociedad civil y sus responsabilidades.	los regímenes “de facto” y su consecuencia en la vida de un pueblo.	Fundamentales”
13	Segundo examen parcial de la materia. La libertad. Tipos y falacias sobre ella. El amor, el dolor y el sufrimiento. El placer. La felicidad. La virtud. Las virtudes cardinales. El bien común.		
14	Los Derechos Humanos.. Estructura y causas de los Derechos Humanos. Fundamentos de la responsabilidad personal en ellos. Los conceptos del Bien Común. La importancia del consenso en la vida comunitaria.	Textos sobre la constitución de los Derechos Humanos.	Cicerón “De Légibus”
15	La actuación política. El uso no ético de los medios personales como la retórica. Criterios de actuación personal en este punto.	Color Púrpura , vídeo, 2da parte. Sobre el problema de la esclavitud y la exclusión racial.	Textos de derechos Humanos.
16	El problema del mal como posible elección de un bien menor. Los vicios, la responsabilidad de un gobierno en función de los sistemas educativos.	Vídeo “ Hotel Rwanda ”. Sobre las persecuciones raciales y la violencia.	Ética Razonada. J. Ayllón.
17	Examen Final de la materia		

Evaluación

- La dificultad de evaluar una materia de esta naturaleza está en que se refiere básicamente al actuar humano más que a niveles cognitivos de aprendizaje. Decía Aristóteles que aprendemos ética para hacernos mejores, si no es una ciencia totalmente inútil. Esto hace que nos planteemos evaluar en función de interpretación de textos, encuesta y revisión crítica de las mismas en el grupo y en clase, pero también revisión de algunos conceptos que se deben tener claros en la inteligencia.
- Por tanto:

Exámenes parciales	40 %
Evaluaciones por grupos e individuales en estudio de casos y encuestas.	20 %
Examen final	20 %

Bibliografía

- ARISTÓTELES. *Obras*. Editorial Aguilar. Madrid. (Traducción del griego de Francisco Samaranch.) (1967).
- AYLLÓN, JOSÉ RAMÓN. *Ética Razonada*. Colección libros mc. Madrid 1988
- CARDONA, CARLOS. *Metafísica del Bien y del Mal*. Ediciones U. de Navarra. 1987.
- CICERÓN. *De Légibus*. Ediciones Gredos
- DE TORRE, JOSÉ M. *Filosofía Cristiana*. Ediciones Palabra. Madrid.1982
- MARINA, José Antonio. *Ética de Náufragos*. Anagrama ediciones Madrid.
- PLATÓN. *Obras*. Editorial Aguilar. Madrid 1962
- RODRÍGUEZ LUÑO, R. *Ética General*. EUNSA 1991

Elaboración del programa: Dr. Fernando Vizcaya Carrillo

IV.4. UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA (Caracas). Ética y Legislación de la Comunicación. Pfra. Gloria Cuenca de Herrera, R. Cusati y J. Sotillo. (Fecha documento: 1-5-08)

Programa de Ética y Legislación de la Comunicación.

Profesores: Cuenca, Gloria. (Profa. Titular-Jubilada-activa)
Cusati, Rafaela. (Profa. Instructor por Concurso.)
Sotillo, Jesús. (Prof. Instructor por Concurso)

Materia Obligatoria.

Créditos: Cuatro.

Código: 0075

Prelaciones: Televisión I, Periodismo III, Opinión Pública I

Materia del VII semestre. También en Planes variables de Estudio.

Horas Semanales: 4 horas teóricas.

Fundamentación teórica de la materia.

El programa de la asignatura Ética y Legislación de la Comunicación consta de cuatro unidades que pretenden abarcar en buena medida, aspectos de la problemática de la Ética y la Legislación de la Comunicación Social en Venezuela. Una primera unidad dedicada a los problemas relativos a la Ética como disciplina filosófica aspira a ubicar al estudiante en la cuestión dedicada a la reflexión en torno a cuales son los valores y principios que desde su vida personal se deberán integrar al plano de lo profesional, además de un revisión panorámica en torno a la formación del ethos nacional. Una segunda unidad aborda en concreto los problemas de la Ética Profesional teniendo como marco de referencia el Código de Ética del Colegio Nacional de Periodistas de Venezuela. Una tercera unidad asume la cuestión de la Libertad de Expresión en Venezuela y el mundo asignándole la trascendencia que el tema tiene para Comunicadores Sociales y Periodistas y una cuarta unidad analiza el marco jurídico que deberá ser conocido y cumplido por los egresados de la carrera.

UNIDAD I. La Ética: Disciplina Filosófica.

Objetivos: Una vez concluida esta Unidad, el estudiante deberá manejar claramente los conceptos de ética y de moral, las diferencias entre ética y derecho, ética y uso social, ética y religión.

Contenidos:

Tema 1. La Ética en general. Definiciones. Deslinde etimológico entre Ética y Moral. Problemas fundamentales de la Ética. Origen y fundamento de la Ética. Diferencia entre Ética y Derecho. Diferencia entre ética y uso social. La Ética o deontología profesional.

Tema 2. Nociones sobre las corrientes filosóficas en el campo de la Ética. El sincretismo ético en Venezuela. Planteamientos desde las perspectivas filosóficas. La necesidad de la tolerancia y la creación de un espacio de convivencia.

Unidad II. La Ética Profesional.

Objetivos: El objeto de esta unidad es la comprensión de los problemas de la Ética Profesional desde las normas del Código de Ética del Colegio Nacional de Periodistas y los principios generales que orientan y guía la profesión para un cumplimiento honesto, veraz digno y discreto con libertad en la práctica profesional.

Contenidos:

Tema 1. Ética del Periodista. Significado y alcance. Concepto. Antecedentes en Venezuela. La Declaración de Principios del Colegio Nacional de Periodistas. El Código de Ética del CNP. Análisis Crítico. ¿Necesidad de una conciencia ético-política del periodista? El periodista: ¿un actor político?

Tema 2. La responsabilidad social del periodista. La alienación en la profesión periodística. La estructura de poder de los medios en la actualidad. Contradicciones al interior de la estructura de Poder de los medios. El periodista-comunicador: liderazgo y facilitación de su función.

Tema 3. La verdad y la objetividad en el periodismo. La teoría de la Objetividad en el periodismo: “Los hechos son sagrados la opinión es libre”. Crítica y análisis. Alternativas: La imparcialidad, el periodismo retroalimentador, el periodismo investigativo y el periodismo de interpretación. Maneras de faltar a la verdad: omisión, falsa noticia, tergiversación, descontextualización y fragmentación. La información veraz. La política informativa y la política editorial.

Tema 4. Problemas éticos en los medios audiovisuales. Problemas de la publicidad y el periodismo: el publi-reportaje, la publicidad-redaccional, la publicidad Indirecta. Incompatibilidad entre el ejercicio del periodismo y las relaciones públicas.

Unidad III. La Libertad de Expresión en Venezuela y el mundo.

Objetivos: Asimilar el concepto de Libertad de Expresión y otros conceptos derivados o anteriores al mismo. Conocer la Constitución Nacional y las garantías que salvaguardan la Libertad de Expresión. Manejar con propiedad aquellas

normas que de alguna manera inciden en el trabajo del profesional del periodismo. Conocer la relación libertad-responsabilidad.

Contenidos.

Tema 1. Antecedentes históricos del problema. La Libertad de Expresión y el Derecho a la Información. Libertad de Pensamiento, Libertad de Expresión, Libertad de Información, Libertad de Opinión. Un nuevo concepto: La Libertad de Decir. Nuevos derechos de la Comunicación. Los derechos de la comunicación en el marco de los derechos humanos.

Tema 2. Los artículos 57 y 58 de la Constitución Nacional de 1999. La cláusula de conciencia: artículo 61 de la CN. El artículo 28 de la Constitución Nacional y el Secreto Profesional del Periodista. Otros artículos de la Constitución Nacional referentes al ejercicio del periodismo: artículos: 60, 105 y 119.

Tema 3. Problemas de la Libertad de Expresión. Censura y autocensura. Diferencia con la auto regulación. El Derecho a opinar de los periodistas. Antecedentes y Consecuencias. La nueva legislación internacional. Otras leyes: La Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión. La Ley de Participación Ciudadana..

Unidad IV. Régimen Jurídico de los Comunicadores en Venezuela.

Objetivos: Cabal conocimiento y comprensión de la legislación pertinente a los medios de difusión y al ejercicio de la profesión del periodismo.

Contenidos:

Tema 1. La Ley del Ejercicio del Periodismo (reforma de 1994) y el Reglamento de la Ley del Ejercicio del Periodismo(1975) El Reglamento de Radiocomunicaciones (1941) Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000) .

Tema 2. Análisis de las disposiciones del Código Penal en relación al ejercicio del periodismo. La reforma del Código Penal. Los delitos de injuria y difamación. El vilipendio. La calumnia. “Notitia Criminis” como procedimiento para la investigación delictiva.

Tema 3. Otras leyes que afectan al comunicador y a los medios. La ley del CONAC. La Ley de Educación. La Ley de Defensa y Seguridad Nacional. La ley de protección y defensa del niño y el adolescente. Ley orgánica de salvaguarda del patrimonio público.

Evaluación. Cada profesor tiene un sistema de evaluación diferente, hay unidad en cuanto hay que realizar un mínimo de dos exámenes antes del examen final. La nota previa es el 60% y la nota del examen final es del 40%. Los exámenes finales se realizan de acuerdo con la coordinación académica y con horarios fijados por dicha coordinación.

Bibliografía.

1. Abbagnano, Nicolas. Diccionario de Filosofía.
2. Álvarez, Federico. La Información Contemporánea. Contexto Editores. Caracas.
3. Agudo F. Raúl. Aspectos Jurídicos de la Comunicación en Venezuela. Caracas. Edición de la Facultad de Humanidades y Educación.
4. Aranguren, José Luís. Ética. Revista de Occidente. Madrid.
5. Aranguren, José Luís. Ética y Política. Ediciones Guadarrama. Madrid. 1968.
6. Ash, William. Marxismo y Moral. Editorial Era. 1969. México.
7. Bimbo, Rafela. Cuenca, Gloria. “40 años de Legislación de Medios en Venezuela.” En Ediciones del Congreso de la República. Caracas, 1986.
8. Capaldi, Nicholas. Censura y Libertad de Expresión. Ediciones Libera. Buenos Aires. 1969.
9. Correa, Carlos y Cádizales, Andrés. (Coordinadores) Venezuela. Situación del Derecho a la Libertad de Expresión. Informes 2003 y 2004. Konrad Adenauer, Espacio Público, Ilpys.
10. Cortina Adela. Ética sin moral. Editorial Technos. 1995.
11. Cuenca, Gloria. Ética para periodistas. Editorial Kinésis. Caracas. 1995.
12. Cuenca, Gloria.
“Las Noticias autogeneradas o las noticias que producen noticias.” en Revista de la Universidad de Puerto Rico. San Juan 2000.
13. Cuenca, Gloria. “Ética, medios de comunicación y conciencia Ciudadana”. En publicaciones de la Comisión de estudios interdisciplinario. Año 5, n°16. 2002
14. Cuenca, Gloria. “Un antiguo problema actualizado: ¿Es posible la democratización de las políticas públicas? A propósito de las políticas nacionales de Comunicación”. En medios, comunicación y poder. UCV. 1996
15. Cuenca, Humberto. Imagen Literaria del Periodismo. EBUC. Caracas 1982.
16. Chavero, Rafael. El Reino de la Intolerancia. Editorial Norma. Caracas. 2006.
17. Faundez, Héctor. Los límites a la Libertad de Expresión. México 2005.
18. Ferrater Mora, José. Diccionario de Filosofía. Editorial Aguilar.
19. Herrán María Teresa y Restrepo, Javier Darío. Ética para periodistas. Bogotá.
20. García Maynes, Manuel. Ética. Editorial Porrúa S.A. México. 1959.
21. Goodwin, Eugene. Por un periodismo independiente. Como Defender la Ética. TM editores. 1994.
22. Leauté, Jacques. Ética y responsabilidad Periodística. CIESPAL, Quito.
23. Marino, José Antonio. Ética para Naufragos. Edit. Anagrama. 1999. Madrid.
24. Shiskin, A.F. Ética Marxista. Editorial Grijalbo. 1966
25. Schmuhl, Robert. Las responsabilidades del periodismo. Editorial Mitre. 1985.

26. Savater, Fernando. Ética para Amador. Editorial Ariel. Edic. Número 35. Madrid.
 27. Savater, Fernando. Ética y Ciudadanía. Monteavila editores. Caracas, 1998.
 28. Hacia un sistema de Radiodifusión de Servicio Público. Copre-Unesco. Caracas, 1998.
 29. Von Kutschera, Franz. Fundamentos de Ética. Editorial Cátedra. Colección Teorema. 1989.

Leyes de la República.

1. Constitución Nacional.
2. Código Penal de Venezuela.
3. Ley del Ejercicio del Periodismo. 1994.
4. Reglamento de la Ley del Ejercicio del Periodismo. 1975.
5. Ley Orgánica de telecomunicaciones. 2000.
6. Ley de responsabilidad social para la radio y la tv. 2004.
7. Ley de Educación.
8. Ley de la Cultura.
9. Ley de Participación Ciudadana.
10. Reglamento de Radiocomunicaciones. 1941.
11. Ley Orgánica de Protección al niño y al adolescente.

IV.5. UNIVERSIDAD FERMÍN TORO (Barquisimeto). **Deontología de la Comunicación**. Pfra. Ma. del Rosario Jaimes. (Fecha documento: 27-3-07)



**UNIVERSIDAD FERMIN TORO
 VICE RECTORADO ACADEMICO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
 ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL**

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DEONTOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

CODIGO		SEMESTR E	U.C	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H. L	H.A.	THS/AÑ O	
DCS-742		VII	4	4			4/64	S/P

Especialista en contenido:	DR. JOSÉ BOADA LIC. MARIA DEL R. JAIMES DR. JESÚS ANTONIO HERRERA	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. MARIA DEL ROSARIO JAIMES	
		(FIRMA Y SELLO)

FUNDAMENTACION

Los participantes del programa realizarán un análisis sobre lo que es Deontología de la Comunicación, sus alcances e importancia, y los principios que tienen para su conocimiento.

El presente programa consta de 05 unidades, las cuales se describen a continuación:

- I Unidad: Deontología y Deontología de la Comunicación.
- II Unidad: Obligaciones éticas y la verdad.
- III Unidad: Obligaciones éticas y la Justicia
- IV Unidad: Código de Ética Profesional.
- V Unidad: Leyes y Normas del Periodista.

Como modalidad y estrategia de enseñanza se recomienda una exhaustiva revisión bibliográfica que permitirá una mejor comprensión de la materia: Discusiones dirigidas, debates, exposiciones, reflexiones sobre temas de actualidad.

Utilizando las estrategias de estudio siguientes entre otras: Exposición del docente, análisis bibliográfico, estudio de casos.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Analizar la importancia de la profesión desde el punto de vista axiológico; y los principios generales que rigen el ejercicio de la profesión para poner en relieve los principios y valores que la justifiquen.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL
LA DEONTOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL		IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEONTOLÓGICAS DEL COMUNICADOR SOCIAL.
DURACION		
1 SEMANA		
EVALUACION		
20 %		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN
1. Identificar conceptos de deontología. Origen y diferenciar con la ética. 2. Identificar concepto de verdad y veracidad. 3. Identificar diferencias entre información interpretación y opinión.	<ul style="list-style-type: none">• Concepto de Deontología. Origen histórico. Diferencias entre ética y deontología. La Deontología de la Comunicación.• Verdad y Veracidad. Error y mentira.• Certeza y probabilidad y duda.• Información, Interpretación. Opinión.• Publicidad, propaganda y relaciones públicas.• Información, Educación y diversión.• Terminología básica: Moral, Norma Equidad, Axiología, Racionalidad, Justicia, Comunicación Significativa.	<ul style="list-style-type: none">• Revisión bibliográfica.• Discusión estructurada.
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:		
<ul style="list-style-type: none">• Exposiciones.• Presentación de cartelera.• Jornadas de valores.		

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL
OBLIGACIONES ÉTICAS Y LA VERDAD		ANALIZAR CUALES SON LAS PRINCIPALES OBLIGACIONES ÉTICAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.
DURACION		
3 SEMANAS		
EVALUACION		
20%		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Identificar la objetividad informativa.• Identificar conceptos de sensacionalismo, violencia, sexo, censura, autocensura y relaciones con las obligaciones éticas presentes en la Comunicación Social.	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento de las obligaciones éticas con relación a la verdad:• Areas de especialización en el ejercicio de las Relaciones Públicas:<ul style="list-style-type: none">- Verdadera y falsa objetividad imprevista.- Periodismo interpretativo y de opinión.- Sensacionalismo, Violencia y Sexo.- La censura y auto censura.- El acceso a las fuentes.• Condición del secreto profesional.• Terminología básica: Derecho, Hermeneútica, Democracia, Participación, Intermediación y Acciética.	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de la Literatura.• Controles de lecturas.• Exposiciones orales.• Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas.
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:		
<ul style="list-style-type: none">• Talleres vivenciales.• Prueba parcial escrita.• Exposiciones.		
UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL
OBLIGACIONES ÉTICAS Y LA JUSTICIA		ANALIZAR LAS OBLIGACIONES ÉTICAS Y SU RELACIÓN CON LA JUSTICIA.
DURACION		
4 SEMANAS		
EVALUACION		
30 %		
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN

1. Identificar concepto de Derecho de respuesta y derecho a réplica. 2. Identificar concepto de respeto a la vida . 3. Identificar concepto a la moralidad y su interrelación con la Seguridad Nacional. 4. Identificar concepto de información y relacionarlo con bien común y clases sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Obligaciones éticas en relación con la justicia: • Derecho a respuesta y derecho a réplica. • Límite a la información persuasiva. • Respetto a la vida privada. Sus condiciones. • Moralidad Pública y Seguridad Nacional. • Información y bien común. • Información y clases sociales. • La constitución de la República Bolivariana de Venezuela. • Terminología básica: Pluriculturalidad, Alienación, Transculturización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión Bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de Casos. • Exposiciones Orales.
---	---	---

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

- Informe sobre estudios de casos.
- Análisis crítico sobre la ética del periodista y la publicidad.
- Prueba parcial escrita.

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL
CÓDIGOS DE ÉTICA PROFESIONAL	ANALIZAR LAS DIFERENTES CÓDIGOS DE ÉTICAS QUE RIGEN HA VIDA PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.
DURACION	
4 SEMANAS	
EVALUACION	
30 %	

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN
1. Identificar concepto y fundamentación sobre códigos de ética que rige la profesión. 2. Identificar los diferentes códigos que se encuentran vigente a nivel nacional, latinoamericano y mundial.	<ul style="list-style-type: none"> • Código de ética. Origen. Fundamentos, Evolución – Estudio de casos: Venezolano, latinoamericano y mundial. • Estudio de casos. Concretos sobre violación de la ética profesional: prensa, revistas, radio, TV, cine y teatro, Publicidad y Relación Públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión Bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de Casos. • Exposiciones Orales.

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

- Trabajo final sobre el código de ética.
- Exposición.
- Conferencia con personaje invitado.

BIBLIOGRAFIA

- Aguirre J.M. Rusbal M. **La Ideología como Mensaje y Mensaje**. Monte Avila. Caracas. 1981.
 Aguirre J.M. **Derecho a la Comunicación**. Centro Gumilla. España. 1997.
 Aranguren J.L. **La Comunicación Humana**. Guaderhatama. Madrid.1968.

Branovic I. **Deontología Periodística**. Hunsu. Pamplona. Colombia. 1969.
 Cuenca de Herrera Gloria. **Ética para Periodistas**. Editorial Kenesis. España. 1995.
 Gil Restrepo Silvio. **Ética de las Relaciones Humanas**. Grupo Editorial Latinoamericana. México. 2000.
 Rey J.L. **Colección de Ensayos sobre Ética, Comunicación y Política**. Caracas. 1974.

IV.6. UNIVERSIDAD SANTA MARÍA (Los Teques). **Ética y Legislación de Medios**. Pfr. Tomás Castellano (Fecha documento: 30-6-07)



Universidad Santa María
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Comunicación Social

ETICA Y LEGISLACIÓN DE MEDIOS

Unidades de crédito:	3
Condición:	Obligatoria
Técnica de aprendizaje:	Teórica
Horas semanales:	3
Requisito	Ninguno

OBJETIVO GENERAL

Conocer los fundamentos filosóficos de la ética y su relación con la comunicación social, para iniciar al estudiante en la comprensión de la deontología del comunicador social. Análisis de los principales códigos de ética vigentes en el ámbito nacional e internacional, además del conjunto de leyes y reglamentos que rigen la profesión de la comunicación en Venezuela.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Conocer los fundamentos filosóficos de la ética.
2. Relacionar los fundamentos ético-filosóficos con la comunicación social.
3. Analizar y evaluar la legislación de la comunicación social.
4. Limitaciones legales a la libertad de expresión.
5. La difamación, la injuria y el perjurio.
6. El derecho de réplica. El derecho a no revelar las fuentes.
7. Comunicadores y propiedad Intelectual.

CONTENIDO PROGRAMATICO

TEMA 1

Fundamentos filosóficos de la ética

1. La ética y el hombre.
2. La crisis de la ética.

TEMA 2

Posibilidad de la ética

1. Ser, deber ser, querer ser. El hombre como proyecto.
2. La lucha por la moral.
3. El contenido de la felicidad.

TEMA 3

La comunicación y la ética

1. Hacia una deontología de la comunicación.
2. Ética de la comunicación y política.
3. Ética de la comunicación y desarrollo.
4. Ética de la comunicación y educación.
5. Hacia una deontología del comunicador social.

TEMA 4

Información periodística

1. Manipulación (informativa y fotográfica).
2. Monopolios.
3. Sensacionalismos.
4. Desinformación, ocultamiento, omisión.
5. Intimidación.

6. Derecho a la privacidad.
7. Violencia y terrorismo.

TEMA 5

Deontología periodística

1. Informe Mac Bride.
2. Documento Osolinik.
3. Código venezolano.
4. Divergencia, puntos comunes y tendencias.

TEMA 6

Información audiovisual

1. Características y derivaciones éticas sobre la imagen.
2. Responsabilidades éticas con relación a la imagen.
3. Manipulación en TV.
4. Deontología codificada de la TV.
5. Código venezolano.
6. Informar en TV.

TEMA 7

Información publicitaria

1. Beligerantes y apologistas de la publicidad.
2. Códigos de la publicidad.
3. Código FEVAP-ANDA.
4. Incidencia temática en la deontología publicitaria.

TEMA 8

Deontología de la radiodifusión

1. El problema ético en torno al radioescucha.
2. ¿Libertad de expresión, lenguaje defectuoso o falta de respeto?
3. Faltas deontológicas frecuentes.

Tema 9

Los aspectos jurídicos

Derecho. Definición. Derecho subjetivo y deber jurídico. El derecho natural y el derecho positivo. Características del sistema jurídico venezolano. Noción de Estado de Derecho.

Tema 10

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Derechos y garantías constitucionales. Derechos humanos. Derecho a la información. Libertad de expresión.

Tema 11

Limitaciones jurídicas de la libertad de expresión: difamación, injuria, calumnia, perjurio y vilipendio. Comunicación libre y plural. Información oportuna, veraz e imparcial. Derecho a la rectificación. Derecho a no revelar las fuentes. Censura. Autocensura.

Tema 12

Tratados internacionales sobre libertad de expresión y derecho a la información. Su aplicación en la legislación venezolana.

Tema 13

La Ley del Ejercicio Profesional del Periodista. Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Ley de Radiodifusión. Reglamentos. Código de Ética del Comunicador Social.

METODOLOGÍA

- Interpretación de las distintas normas relativas a la libertad de expresión y al derecho de información.
- Exposiciones
- Invitados especiales.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranguren, José L. *Ética*. Madrid: Revista Occidente. 1968.
- Barroso, Porfirio (sf) *Fundamentos deontológico de las ciencias de la información*. (sl): MITRE.
- Blázquez, Niceto. *Ética y medios de comunicación*. Madrid: BAC, 1994
- Bragnovik Bragnovik, Luka (). *Deontología periodística*. Pamplona, (España). Universidad de Navarra. 1969
- Colomina, Martha. *Revista Comunicación* 96.
- Escobar, Gustavo. *Ética*. México: Mc Graw Hill. 1992

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
 - Ley de Ejercicio del Periodismo.
 - Jurisprudencia del Tribunal Supremo de Justicia
- Tratados internacionales sobre libertad de expresión.

IV.7. UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (San Cristóbal). **Ética y Legislación de la Comunicación Social**. Pfr. Reinaldo J. Cortés . (Fecha documento: 9-11-07)



Programa de la Materia

Ética y Legislación de la Comunicación

Comunicación Social Segundo Año

Área Formación Periodística

Código HC 2801

3 horas teóricas semanales

Profesor:

Reinaldo Cortés

Lapso académico

U - 2007

Introducción

Ética y Legislación de la Comunicación introduce al estudiante a las leyes y reglamentos vigentes en Venezuela relacionados con la comunicación social. Por otra parte, le provee de elementos teóricos esenciales (filosóficos y sociológicos) que le permitan abordar, con cierta reflexión y análisis, el alcance de las normativas éticas y jurídicas existentes y su pertinencia en la sociedad contemporánea.

Unidad I**La Filosofía y la Ética**

- I. Moral, valores, libertad y ética. Una aproximación conceptual.
- II. Principales corrientes filosóficas relacionadas con la ética.
- III. Problemática de la ética y la moral.
- IV. La Verdad Informativa.
- V. Deontología y autocontrol de la información. Los Libros de Estilo y el Ombudsman en el periodismo.

Unidad II

Comunicación y legislación en Venezuela y el Mundo

- I. Derechos Humanos
- II. Libertad de Expresión, Información y Prensa en Venezuela y el Mundo. La autocensura.
- III. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.
- IV. Código de Ética del Periodista.
- V. Ley de Ejercicio del Periodismo.
- VI. Ley Orgánica de Telecomunicaciones.
- VII. Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.
- VIII. Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente / Código Orgánico Procesal Penal / Ley Orgánica de Salud / Ley Penal del Ambiente / Ley sobre Derecho de Autor / Ley del Libro / Ley Orgánica sobre Refugiados o Refugiadas / y Asilados o Asiladas. / Ley de Protección al Consumidor y Usuario.

Unidad III

Ética, Libertad y responsabilidad

- 1) Responsabilidad social y periodismo.
- 2) Libertad de Expresión, Información, de prensa; Derecho a la Información. Límites.
- 3) Desinformación y Manipulación Informativa. Una Aproximación ética
- 4) Violencia política y periodismo
- 5) Periodismo y Democracia. Propuestas para el fortalecimiento de la cultura democrática. ¿Qué tipo de periodismo se requiere en Venezuela?
- 6) ¿Violencia en los medios = sociedad violenta? Información sobre hechos de violencia, una reflexión.
- 7) Terrorismo, medios de comunicación e información ¿cómo abordar esa realidad? Propuestas.
- 8) Información sobre desastres naturales y catástrofes. Límites éticos.
- 9) Propaganda: ¿vale todo?
- 10) Corrupción y periodismo en Venezuela. Una aproximación crítica.
- 11) Globalización, nuevas tecnologías: la ética de la comunicación de cara al siglo XXI.

Plan de Evaluación

La evaluación será acumulativa, a lo largo del año se realizarán tres (03) trabajos escritos (ensayos) y una exposición de un tema correspondiente a la Unidad III con una ponderación total de 100 %.

Los alumnos que incurran en inasistencias en los trabajos realizados en clase deben consignar en un lapso no mayor de cinco días hábiles, luego de su reincorporación, la constancia médica avalada por CAMOULA, o en su defecto la comunicación pertinente si se tratase de otra actividad extra curricular que justifique su ausencia para tener derecho a recuperar la nota perdida.

Ortografía y redacción serán tomadas en cuenta para todas las evaluaciones. Todos los trabajos deben ser entregados según lo especifique el profesor y redactados tomando en cuenta la metodología de la guía "Cómo elaborar un ensayo" y la hoja de referencias bibliográficas entregada por el profesor al inicio del curso así. De igual manera limitarse a la bibliografía trabajada o asignada en clase por el docente de la cátedra.

Los escritos serán hechos en horas de clase y a mano a menos que lo indique el profesor. Es necesaria la consulta del material y bibliografía asignados previamente para la realización de los ensayos.

Los debates preparados por los alumnos no serán evaluados y la selección del tema se hará en clase previo acuerdo de los asistentes.

Bibliografía

- AGEJAS, J. Y SERRANO, F. (2002) *Ética de la comunicación y la información*. Barcelona. Ariel.
- AGUIAR, A., (2000) *Cultura de paz y Derechos Humanos*. Caracas: Ucab.
- AGUIRRE, J. y BISBAL, M. (1992) *La ideología como mensaje y masaje*. Caracas: Monte Ávila.
- ALVAREZ, F. (1978) *La información contemporánea*. Caracas: Contexto.
- ALVAREZ, T. Y CABALLERO, M. (1998) *Vendedores de imagen*. Barcelona. Paidós.
- ARENDT, H. (2004) *Los orígenes del totalitarismo*. México: Taurus.
- ARISTÓTELES (1996) *La política*. Madrid: Alba.
- AYLLÓN, J. (2001) *Luces en la caverna. Historia y fundamentos de la ética*. Barcelona. Martínez Roca.
- AZNAR, H. (1999) *Comunicación Responsable*. Barcelona. Ariel.
- BILBENY, R., (2002) *Por una causa común. Ética para la diversidad*. Barcelona: Gedisa.
- BLÁZQUEZ, N. (2000) *El desafío ético de la información*. Salamanca: Edibesa.
- BYRNE, T. y De La Torre C. (S/F) *Apuntes de periodismo para alumnos de comunicación social (Trabajo de ascenso)*. San Cristóbal: Universidad de Los Andes. Táchira.
- CACUA, A. (2000) *Ética y responsabilidad. Reflexiones para periodistas*. Santa Fé de Bogotá: Konrad Adenauer / Guadalupe.
- CAMPS, V. (2001) *Introducción a la filosofía política*. Barcelona. Niu.
- CORTINA, A., (1998) *Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y sociedad*. Madrid: Taurus.
- CUENCA, G. (1995) *Ética para periodistas*. Caracas: Kinesis.
- DE FLEUR, M. y BALL-ROKEACH, S. (1993) *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- DELGADO, C. (1990) *Introducción al estudio de la comunicación social*. San Cristóbal: Ediciones Andinas.
- ECO, U. (1998) *Cinco escritos morales*. Barcelona: Lumen.
- ESCOBAR, G. (2000) *Ética*. México: Mc Graw Hill.
- GAARDER, J. (1995) *El mundo de Sofía*. México: Siruela.
- GALDON, G. (2001) *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel.
- GARCIA, M. (1957) *Lecciones preliminares de filosofía*. Buenos Aires: Losada.
- GINER, S. (2001) *Teoría Sociológica clásica*. Barcelona. Ariel.
- GUÉDEZ, V. (2004) *Ética, Política y Reconciliación*. Caracas: Critería.
- GOMIS, L. (1991) *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.
- GOODWIN, E. (1990) *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- GUARIGLIA, O., (2002) *Una ética para el siglo XXI. Ética y Derechos Humanos en un tiempo posmetafísico*. Buenos Aires: FCE.
- HABERMAS, J. (S/F) *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- HERRAN, M. y Restrepo, J. (1991) *Ética para periodistas*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- HELLER, H. (1992) *Teoría del Estado*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- IGNATIEFF, M. (2005) *El Mal Menor*. Bogotá: Taurus.
- KELLY, J. (2003) *Políticas Públicas en América Latina*. Caracas: IESA.
- KLIKSBERG, B. (2005) *Más Ética Más Desarrollo*. Buenos Aires. Temas.
- MCQUAILL, D. (2000) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- NEWMAN, D. (1995) *Sociology*. California: Pine Forge Press.
- NIETZSCHE, F. (1994) *Genealogía de la moral*. Madrid: M.E. Editores.
- OCHOA, O. (2000) *Comunicación política y opinión pública*. México. McGrawHill.
- ORTEGA, F. y HUMANES, M. (2000) *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- PASQUALI, A. (1990) *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila.
- PASQUALI, A. (1998) *Bienvenido global village*. Caracas: Monte Ávila.
- PASQUALI, A. (1991) *El orden reina (Escritos sobre comunicaciones)*. Caracas: Monte Ávila.
- PEREZ, E. (1969) *La cultura occidental*. Mérida: Talleres gráficos universitarios.
- PLATON (1992) *La república*. Madrid: Aguilar.
- RAUSELL, C. Y RAUSELL, P. (2002) *Democracia, información y mercado*. Madrid. Tecnos.
- RIVADENEIRA, R. (1995) *La opinión pública*. México: Trillas.
- SAUVY, A. (1971) *La opinión pública*. Barcelona: Oikos-tau.
- SAVATER, F. (2003) *El Valor de Elegir*. Barcelona. Ariel.
- SAVATER, F. (2002) *Política para Amador*. Barcelona. Ariel.

SAVATER, F. (2001) *Ética para Amador*. Barcelona: Ariel.

Leyes, Reglamentos y Códigos

Derechos Humanos

Código de Ética. Colegio Nacional de Periodistas

Código de Ética de la Asociación Nacional de Anunciantes (A.N.D.A.) y la Federación Nacional de Agencias Publicitarias (F. E. V. A. P.)

Código Orgánico Procesal Penal

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Ley del Ejercicio del Periodismo

Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

Ley sobre el Derecho de Autor

Ley del Libro (Cenal)

Ley Orgánica de Telecomunicaciones

Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente.

Ley Penal del Ambiente

Ley de Protección al Consumidor y Usuario

Ley Orgánica de Educación

Ley Orgánica de Salud

Código de Ética de la Cámara Venezolana de T. V. Independiente

Principios Internacionales de Ética Profesional del Periodismo (UNESCO)

Lecturas realizadas este año en clase:

AGEJAS, J. Y SERRANO, F. (2002) *Ética de la comunicación y la información*. Barcelona. Ariel.

CORTINA, A., (1998) *Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y sociedad*. Madrid: Taurus.

ESCOBAR, G. (2000) *Ética*. México: Mc Graw Hill.

GAARDER, J. (1995) *El mundo de Sofía*. México: Siruela.

GALDON, G. (2001) *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona: Ariel.

GUÉDEZ, V. (2004) *Ética, Política y Reconciliación*. Caracas: Critería.

GOMIS, L. (1991) *Teoría del periodismo*. Barcelona: Paidós.

SAVATER, F. (2003) *El Valor de Elegir*. Barcelona. Ariel.

SAVATER, F. (2002) *Política para Amador*. Barcelona. Ariel.

SAVATER, F. (2001) *Ética para Amador*. Barcelona: Ariel.

IV.8. UNIVERSIDAD DEL ZULIA (Maracaibo). **Ética y Legislación de Medios**. Pfrs. Margarita Sánchez y J. Urbina . (Fecha documento: 10-4-08)

UNIVERSIDAD DEL ZULIA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO IMPRESO

PROGRAMA DE
ÉTICA Y LEGISLACIÓN DE LOS MEDIOS
Prof. Jesús Urbina Serjant
2do. Período de 2001

Unidad I

El contexto general de la información en Venezuela

1. Los sujetos organizados en el proceso informativo:
medios de comunicación y periodistas
 - Propiedad, organización y concentración de los medios:
 - Regímenes de propiedad
 - Empresa informativa: la lógica económica de los medios
 - Asociación y formas de concentración
 - Identidad profesional de los informadores:
 - Perfiles profesionales y ocupacionales
 - Formas organizativas
2. La influencia de los medios de comunicación:
del "cuarto poder" a la "sociedad de la información"
3. El público y sus derechos
4. Papel del Estado en el proceso informativo
5. La regulación de los actos comunicacionales:
 - Control, autocontrol y heterocontrol

Obras de consulta:

- AGUILERA, Octavio. Las ideologías en el periodismo. Paraninfo, S.A. Madrid, 1990.
- AGUIRRE, Jesús María. La estructura de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 1998.
- BISBAL, Marcelino. La comunicación interrumpida. Fondo Editorial Humanidades y Educación / UCV. Caracas, 1989.
- BLÁZQUEZ, Niceto. Ética y medios de comunicación. Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid, 1994.
- DE LA MOTTA, Ignacio. Función social de la información. Paraninfo. Madrid, 1988.
- DESANTES GUANTER, José M. El futuro de los profesionales de la información. Ediciones Universidad San Sebastián. Concepción (Chile), 1999.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar, y otros. Estudios de comunicación social. Monte Ávila Editores. Caracas, 1987.
- GOMIS, Lorenzo. El medio media. Editorial Mitre. Barcelona (España), 1987.
- MAC HALE, Tomás (Editor). Libertad de expresión, ética periodística y desinformación. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, 1998.
- MARQUEZ MORALES, Antonio. Los profesionales de la comunicación y el Colegio de Periodistas. Editorial Maracaibo. Maracaibo, 1975.

- PASQUALI, Antonio. Bienvenido Global Village. Monte Ávila Editores Latinoamericana. Caracas, 1998.
- SERVAN-SHREIBER, Jean-Louis. El poder de informar. Dopesa. Barcelona (España), 1973.
- SOHR, Raul. Historia y poder de la prensa. Editorial Andrés Bello. Santiago (Chile), 1998.

Recursos en Internet:

- <http://www.conatel.gov.ve> (Comisión Nacional de Telecomunicaciones).
- <http://www.ifj.org> (Federación Internacional de Periodistas).
- <http://www.sipiapa.org> (Sociedad Interamericana de Prensa).
- <http://www.saladeprensa.org> (Página de análisis sobre temas del periodismo latinoamericano).

Evaluación:

- Trabajo escrito o examen basado en las lecturas asignadas (25 % del total de la evaluación).
- Intervenciones en clase (calificación apreciativa).

Unidad II

La Ética de la información

6. Moral y Ética: definiciones generales
7. Valores, principios y deberes
8. Deontología y responsabilidad profesional del informador
 - La razón de ser de la Ética de la información
 - El deber de informar
 - El deber de respetar los derechos fundamentales de la persona
 - El deber de preservar las fuentes informativas
9. La Ética de las responsabilidades mediáticas
 - Deontología de la prensa escrita
 - Deontología de los medios audiovisuales
 - Deontología en los medios telemáticos
 - Deontología de la publicidad
10. Códigos de conducta mediática en el proceso informativo nacional

Obras de consulta:

- BARROSO ASENJO, Porfirio. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Ediciones Paulinas/Editorial Verbo Divino. Madrid, 1984.
- BLÁZQUEZ, Niceto. Ética y medios de comunicación. Biblioteca de Autores Cristianos. Madrid, 1994.
- BONETE PERALES, Enrique. Éticas de la información y deontologías del periodismo. Editorial Tecnos. Madrid, 1995.
- BRAJNOVIC, Luka. Deontología periodística. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. Pamplona (España), 1978.

- BRODER, David. *Tras las ocho columnas. Cómo se hace la noticia*. Gernika. México, 1990.
- CUENCA DE HERRERA, Gloria. *ética para periodistas*. Alarcón Fernández Editor. Caracas, 1990.
- DESANTES GUANTER, José M. *Ética y Derecho, promotores de la técnica informativa*. Universidad de Piura. Piura (Perú), 1998.
- DESANTES GUANTER, José M. *La función de informar*. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. Pamplona (España), 1976.
- DESANTES GUANTER, José M. *La información como deber*. Editorial Ábaco. Buenos Aires, 1994.
- FRONDIZI, Risieri. *¿Qué son los valores?* Fondo de Cultura Económica. Bogotá, 1995.
- GOODWIN, Eugene. *A la búsqueda de una ética para el periodismo*. Gernika, 2da edición. México, 1987.
- HERRÁN, María T., y Javier Darío Restrepo. *ética para periodistas*. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 1991.
- HEVIA, Renat, S. J. *La palabra pública. Ética y periodismo*. Ediciones San Pablo. Santiago (Chile), 1994.
- KLAPP, Orrin. *Información y moral*. Fondo de Cultura Económica. México, 1985.
- LAMBETH, Edmund. *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*. Noriega Editores. México, 1992.
- LAPORTA, Francisco. *Entre el Derecho y la Moral*. Distribuciones Fontamara. México, 1995.
- MARTÍN SÁNCHEZ, Ángel. *Introducción a la Ética y a la crítica de la Moral*. Vadell Hermanos Editores. Valencia, 1995.
- MENÉNDEZ, Aquiles. *Ética profesional*. Herrero Hermanos Editores. México, 1998.
- ROSS, David. *Fundamentos de ética*. Eudeba. Buenos Aires, 1972.
- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, Adolfo. *Ética*. Editorial Grijalbo. México, 1995.
- SAVATER, Fernando. *Ética para Amador*. Ariel. Barcelona (España), 1991 (17ma edición, 1997).
- VÁSQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco. *Ética y deontología de la información*. Editorial Paraninfo. Madrid, 1991.

Recursos en Internet:

- <http://www.freedomforum.org> (Freedom Forum).
- <http://www.ijnnet.org> (International Journalists Net).
- <http://www.onlinenewsassociation.org> (On Line News Association).
- <http://ojr.usc.edu> (On Line Journalism Review).
- <http://www.saladeprensa.org> (Página de análisis sobre temas del periodismo latinoamericano).

Evaluación:

- Trabajo escrito sobre un tema de la unidad (40 % del total de la evaluación).
- Intervenciones en clase (calificación apreciativa).

Unidad III**El derecho a la información****11. Los derechos de la comunicación**

- Derechos fundamentales de la persona
- Derecho a la libertad de expresión del pensamiento
- Derecho a opinar libremente
- Derecho a la libertad de prensa
- Derecho a la libertad de información
- Derecho a réplica
- Derecho a la rectificación
- Límites y excepciones:
 - Derechos de la esfera privada
 - Seguridad de la nación
 - Secreto oficial

12. Delitos comunicacionales**13. Titularidad del derecho a la información****14. Regulaciones del derecho a la información**

- De los informadores profesionales
- De los medios de comunicación:
 - Normas generales
 - Prensa escrita
 - Medios radioeléctricos
 - Medios telemáticos
 - Publicidad comercial

16. El derecho a la información en la nueva Constitución venezolana**17. La nueva Ley Orgánica de Telecomunicaciones y los reglamentos que rigen sobre los medios radioeléctricos****18. Algunos problemas del derecho a la información**

- Acceso a las fuentes informativas
- Censura
- Protección de los derechos humanos en las redes telemáticas
- Delitos informáticos

Obras de consulta:

- AGUDO FREITES, Raúl. La reglamentación legal de la comunicación en Venezuela. Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV. Caracas, 1976.
- BARROSO ASENJO, Porfirio. Límites constitucionales al derecho de la información. Editorial Mitre. Barcelona (España), 1984.
- CANCINO, Antonio. Derecho y periodismo. Biblioteca Jurídica Dike. Medellín, 1996.
- CARREÑO, José, y Ernesto Villanueva (coordinadores). Temas fundamentales del Derecho de la Información en Iberoamérica. Universidad Iberoamericana. México, 1998.
- CARRILLO, Marc. La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas. Centre d'Investigació de la Comunicació (Generalitat de Catalunya). Madrid, 1993.

- CARVAJAL, Azael. Los periodistas y el derecho de información en Colombia. Señal Editora. Bogotá, 1995.
- CASTRO ALFÍN, Demetrio. Los males de la imprenta. Política y libertad de prensa en una sociedad dual. Siglo Veintiuno de España Editores. Madrid, 1998.
- CASTRO CAYCEDO, Gustavo. La televisión nos mató el alma. El periodismo amarillo. Quebecor Impreandes. Bogotá, 1999.
- CASTRO FARIÑAS, J. A. De la libertad de prensa. Editorial Fragua. Madrid, 1971.
- COLEGIO NACIONAL DE PERIODISTAS. Prensa, delito y sociedad (seminario). Caracas, 1977.
- DESANTES GUANTER, José M. Fundamentos del Derecho de la Información. Confederación Española de Cajas de Ahorro. Madrid, 1977.
- ESCOBAR DE LA SERNA, Luis. Manual de Derecho de la Información. Editorial Dykinson. Madrid, 1997.
- FAÜNDEZ, Héctor, y Jorge L. Suárez. Aspectos jurídicos de la libertad de expresión en Venezuela. UCAB. Caracas, 1993.
- FERNÁNDEZ AREAL, Manuel. Introducción al derecho de la información. Editorial A.T.E. Barcelona (España), 1977.
- FERNÁNDEZ AREAL, Manuel. El derecho la información. Editorial Juventud. Barcelona (España), 1971.
- HANCE, Olivier. Leyes y negocios en Internet. McGraw Hill. México, 1996.
- HERRÁN, María Teresa. Tutela, periodismo y medios de comunicación. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 1993.
- HUNG VAILANT, Francisco. La regulación de la actividad publicitaria. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1972.
- MADRID-MALO, Mario. Derechos fundamentales. Conózcalos, ejérzalos y defiéndalos. 3R Editores. Bogotá, 1997.
- MERRILL, John. El imperativo de la libertad. Editores Asociados Mexicanos, S.A. México, 1982.
- MOLINERO, César. Libertad de expresión privada. Editorial A.T.E. Barcelona (España), 1981.
- URABAYEN, Miguel. Vida privada e información. Un conflicto permanente. Ediciones Universidad de Navarra. Pamplona (España), 1977.
- URBINA SERJANT, Jesús. El derecho a la información y los fundamentos jurídicos del periodismo en Venezuela. Ediluz. Maracaibo, 1999.
- VILLANUEVA, Ernesto. Derecho comparado de la información. Universidad Iberoamericana. México, 1998.
- VILLANUEVA, Ernesto. El secreto profesional del periodista. Concepto y regulación jurídica en el mundo. Fragua Editorial. Madrid, 1998.
- ZANNONI, Eduardo, y Beatriz Bísaro. Responsabilidad de los medios de prensa. Editorial Astrea. Buenos Aires, 1993.

Recursos en Internet:

- <http://www.freedomforum.org> (Freedom Forum).
- <http://www.ijn.net> (International Journalists Net).
- <http://www.onlinenewsassociation.org> (On Line News Association).
- <http://ojr.usc.edu> (On Line Journalism Review).

- <http://www.saladeprensa.org> (Página de análisis sobre temas del periodismo latinoamericano).

Evaluación:

- Trabajo escrito sobre un tema de la unidad (35 % del total de la evaluación).
- Intervenciones en clase (calificación apreciativa).

Contacto vía correo electrónico:

jurbina@luz.ve

IV.9. UNIVERSIDAD CATÓLICA CECILIO ACOSTA (Maracaibo). Ética y Régimen Jurídico de la Comunicación. Pfr. Nilo Fernández (Fecha documento: 6-7-07)



PLANIFICACIÓN INSTRUCCIONAL DE LA ASIGNATURA

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Programa de Comunicación Social.

AREA ACADÉMICA:

Comunicología

DATOS GENERALES:

Código	Nombre de la Asignatura	U/C	Horas Semestrales	Semestre	Prelaciones	
					Prelantes	Preladas
0202	Ética y Régimen Jurídico de la Comunicación Social	03	64	II	-	-

OBJETIVO(S) GENERAL(ES):

Analizar las reglas éticas y legales que regulan la comunicación social, para su correcto ejercicio, con una visión integral del rol del comunicador social en el proceso comunicativo.

Desarrollar el sentido crítico sobre el actual ejercicio de la profesión, para emitir juicios honestos sobre la equilibrada terminología de los textos periodísticos, medios audiovisuales, radiales y cibernéticos.

Ampliar la cultura general en el ámbito jurídico para el uso pertinente de la terminología jurídica en los textos periodísticos, medios audiovisuales, radiales y cibernéticos.

OBJETIVOS TERMINALES POR UNIDAD:

UNIDAD I: Regulación Ética de la Comunicación Social

Desarrollar una actitud ética en el actuar profesional de la comunicación social a través del estudio de sus raíces, evolución y normativa existente, para adquirir conciencia de la importancia de su resguardo y acatamiento.

UNIDAD II: Regulación Jurídica de la Comunicación Social en Venezuela

Analizar las reglas técnicas legales bajo las cuales se debe desempeñar la profesión, con criterio de objetividad

UNIDAD III: Aspectos éticos y legales de las tecnologías de la información y la comunicación Analizar las reglas éticas y técnicas-legales que regulan la comunicación a través de la Tecnologías de la información y la comunicación, por medio del estudio de las normas existentes en la materia, para el buen uso de los canales informativos

UNIDAD IV: Aspectos jurídicos fundamentales que el comunicador social debe manejar para el buen ejercicio de su profesión

Explicar la estructura jurídica de Venezuela, para la adecuación de nuevos términos jurídicos empleados cotidianamente en el habla y en la escritura.

RELACIÓN DE LOS OBJETIVOS CON EL LOGRO DE LAS COMPETENCIAS ESTABLECIDAS EN EL PERFIL ACADÉMICO-PROFESIONAL:

Competencias	Indicadores (*)
Aporta a los futuros periodistas el conocimiento de aspectos jurídicos fundamentales para el acertado ejercicio de la profesión, así como alimenta el despertar ético de la profesión y su sentido de responsabilidad social personal y profesional con respecto a la sociedad a la cual sirve.	Despierta el interés a la ética, la moral y la legalidad. Profundiza en la comprensión y la acción ética para un mejor desempeño profesional. Pone en contacto al participante de todas las normas, leyes y reglamentos jurídicos que regulan la profesión de la comunicación social en Venezuela

El "indicador" responde a la pregunta: ¿cómo contribuye la asignatura al logro de las competencias del egresado?

RELACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA CON EL LOGRO DE LAS COMPETENCIAS ESTABLECIDAS EN EL PERFIL ACADÉMICO-PROFESIONAL REFERIDAS A LOS EJES TRANSVERSALES

COMPETENCIAS	INDICADOR (*)
--------------	---------------

Expresión oral y escrita Ayuda a conocer y utilizar correctamente la terminología ético-jurídica en torno a la comunicación social	Hablar con propiedad Conocimiento de nuevas palabras Redacción correcta de términos jurídicos
Uso de las tecnologías de la información y comunicación Búsqueda de información por la Web y otras herramientas	Navegar por la red de Internet
Formación en valores y ética Afianza los valores éticos aprendidos en el hogar	Despierta la conciencia ética Actuación ética en la profesión Tomar en cuenta la moral y la legalidad en el ejercicio de la profesión
Investigación Resalta el valor de la investigación periodística para la búsqueda de la información confiable y comprobable	Trabajos de investigación Exposición en clase Búsqueda de material referente

(*) El “indicador” responde a la pregunta: ¿cómo contribuye la asignatura al logro de las competencias del egresado?

DESARROLLO DE LA SECUENCIA INSTRUCCIONAL: (Considerar contenidos y estrategias que contribuyan al logro de competencias)

CONTENIDOS	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS (1)	RECURSOS (2)	EVALUACIÓN (3) (PONDERACIÓN)
Unidad I	La ética como disciplina o ciencia. La ética en la comunicación social.	Exposición del profesor mediante el dictado del material referente. Interacción con preguntas y respuestas.	Pizarrón Guías de estudio Lecturas escogidas Internet	Prueba escrita Intervención en clase Asistencia
Unidad II	Regulación jurídica de la comunicación en Venezuela.	Exposición del profesor. Lectura de material referente para el análisis y discusión.	Pizarrón Guías de estudio Artículos y trabajos periodísticos Internet	Presentación de trabajo escrito Intervención en clase Asistencia.
Unidad III	Aspectos éticos y legales de las tecnologías de la información y la comunicación	Exposición del profesor. Lectura de material referente para el análisis y discusión.	Pizarrón Guías de estudio Transparencias Exposiciones Internet	Exposición individual sobre el tema. Intervención en clase Asistencia.
Unidad IV	Aspectos jurídicos fundamentales que el comunicador social debe manejar para el buen ejercicio de su profesión	Exposición del profesor. Lectura de temas referentes: leyes, reglamentos, códigos, etc.	Pizarrón Guías de estudio Intervención en clase Internet	Trabajo final individual

- (1) Se refiere a las dinámicas o técnicas que se emplearán en el proceso de enseñanza aprendizaje.
- (2) Denota los materiales de apoyo: guías de estudio, pizarrón, retroproyector, transparencias, entre otro
- (3) El instrumento que se utilizará para evaluar los objetivos: interrogatorios, pruebas escritas, exposiciones, trabajos.

REFERENCIAS CONSULTADAS: (Incluir la básica y la complementaria. Seguir normas APA 5ª Edición al hacer el listado de referencias. Incluir HotList y de ser posible referencias en inglés para ejercitar el manejo instrumental del idioma.)

V. SYLLABUS DE CHILE

V.1. UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL NORTE (Antofagasta). **Ética Profesional**. Pfra. Percy Peña Vicuña (Fecha documento: 28-4-08)



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL NORTE

PROGRAMA DE ESTUDIOS

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA	
Nombre: ETICA PROFESIONAL	
Código TE-800	Fecha Actualización:
Unidad Responsable: Departamento de Teología – Antofagasta	
Carrera: Periodismo	Plan: L
Tipo: Profesional	Carácter: Semestral
Horas Directas: : 4	Número de Créditos: : 8
Semestre: Octavo	
Pre-requisitos:	Asignaturas Posteriores:
No tiene	No tiene

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

GENERALES.

- Apoyar el cumplimiento de la Misión y objetivos del Proyecto Educativo de la Universidad Católica del Norte, en la formación de personas y profesionales integrales, mediante el desarrollo de tópicos filosóficos que orienten al alumno a la reflexión sobre su persona como ser multidimensional, su rol, su status, su entorno sistémico y desenvolvimiento profesional funcional ante la sociedad.
- Incentivar en el alumno la clarificación, internalización y defensa de las virtudes cardinales, para el desarrollo de su vida personal y el ejercicio de su profesión.

ESPECÍFICOS

- Estimular, mediante el ejercicio, el análisis crítico funcional del propio ser y del entorno, generando propuestas de solución, acordes a los principios de la Universidad y a los requerimientos sociales.
- Conocer y manejar los soportes teóricos de la conducta ética y la gama de efectos que pueden derivar de ellos.
- Investigar y exponer propuestas sobre tópicos éticos, instigando la discusión con los pares, para definir una conclusión, favoreciendo la internalización conceptual de las normas morales y sus condicionantes.
- Clarificar el manejo conceptual y valórico para apoyar la deontología profesional.
- Brindar herramientas al alumno para una clara definición de su proyecto de vida.

PERFIL ACADÉMICO DESEABLE PARA EL RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Académico de profesión Periodista, con experiencia práctica en medios y en docencia de Educación Superior, capacitado en técnicas de pedagogía universitaria para profesionales no docentes y post grado de especialización en área de filosofía.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

HABILIDADES:

- Habilidad para dominar el análisis crítico funcional, constructivo

- Habilidad para analizar e interpretar información cualitativa y cuantitativa .
- Habilidad para investigar metódicamente y exponer conclusiones a un público heterogéneo.
- Habilidad para. organizar su tiempo según prioridades valóricas de su proyecto de vida
- Habilidad para trabajar colaborativamente en equipo.

VALORES Y ACTITUDES:

- Se espera que los alumnos conozcan, definan y clarifiquen virtudes cardinales y actitudes evangélicas.
- Se espera que los alumnos internalicen una actitud ética y la promuevan en su entorno.

RELACIÓN CON EL PERFIL DEL EGRESADO

La asignatura enseña y refuerza los objetivos transversales y explícitos del Proyecto Educativo Universidad Católica del Norte, para generar personas con espíritu de integridad y servicio, valóricamente estables y capaces de combinar funcionalmente sus restantes habilidades y competencias desarrolladas en el transcurso de sus estudios formales, sean éstas las cognitivas, emocionales, tecnológicas y sociales.

CONTENIDOS

Nombre unidad I: Marco teórico	Tiempo (horas): 20
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación : objetivos, tipos, niveles, efectos. • Persona : dimensiones, características, historia • Filosofía : Ética, historia, etapas • Moral : fuentes, métodos y enfoques para abordar el problema ético • Valores, antivalores, conductas, actitudes, faltas, pecados, • Aporte histórico de las instituciones sociales y del cristianismo a la ética • Incidencia de instituciones de la Iglesia Católica en la formación de las normas morales. 	
Nombre unidad II: Investigación aplicada	Tiempo (horas): 30
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos de investigación grupal, sobre temas de la moral y ética aplicada • Exposición y discusión de propuestas de cada investigación • Temas : virtudes, vicios capitales, noticia, manipulación, autoestima, dignidad, deontología, libertad, acto moral, ética periodística, calidad de vida, manipulación , privacidad, disfunción social. 	
Nombre unidad III: Efectos del acto ético	Tiempo (horas): 20
<ul style="list-style-type: none"> • Génesis, desarrollo y efectos del acto moral • Condiciones , características e interpretación de la conducta ética • Responsabilidad, libertad y conocimiento para el acto moral • Incidencia disfuncional del manejo ético del Periodismo : apatía, narcosis, freno al cambio social, boomerang. 	

ESTRATEGIA DOCENTE

Metodología constructivista y holística de los temas, discusión grupal, trabajo cooperativo, enfoque sistémico de la acción humana.

EVALUACIÓN

- Dos pruebas, 30% de ponderación final cada una..
- Un trabajo de investigación grupal, con exposición de propuesta para la discusión final, con 4 parámetros evaluados (entrega del input oportuna y en la forma solicitada, contenidos, apoyo en la exposición y participación en la ponencia). Ponderación del 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA	
TEXTOS GUÍA	
Barroso Asenjo ,Porfirio	"Códigos Deontológico de los Medios de Comunicación", Ediciones Paulinas, Editorial Verbo Divino, España, 1984.
Brajnivic, Luka	"Deontología Periodística", EUNSA, España, 1984.
Benzo, M.	"Moral para universitarios",Edit.Castilla, España, 1987.
Filippi, Emilio	"La profesión de periodista (una vsiión ética)", Editorial Atenea, Chile , 1991.
Hallet Collard Charles ,. s.j.	"El Profesional y la Etica Hoy , Introducción a la Moral" Ediciones Paulinas, Chile, 1997.
Hasche Sánchez Renato, . s.j.	"Guías de Etica Profesional" Ediciones Universitarias Universidad Católica del Norte, Chile, 1994.
Hernán, María T. Y otros	"Etica para Periodistas",Tercer Mundo Edit., Colombia, 1991.
Hortelano, A.	"Problemas actuales de moral", Edit. Sígueme, España, 1980
Mifsud Tony, s.j.	"Reflexión Etica para el hombre y la mujer de hoy", Ediciones Universitarias, U.C. del Norte, Chile, 1995.
Oraison, Marc	"Una Moral para nuestro tiempo", Edit.Estela, España, 1968.
Tejedor Campomanes,César	"Historia de la Filosofía en su marco cultural", Ediciones SM, España, 1998.
Asoc.de Empresarios Cristianos	"Código de Etica Empresarial", Edic.Officentro SRL, Paraguay, 1994.
Colegio de Periodistas de Chile A.G.	Código de Etica Periodística
TEXTOS COMPLEMENTARIOS	
Diot, R.	"Al servicio de la persona humana. Guía de Moral Profesional", Edic.Descleé de Brovwer, Argentina, 1951.
Bigo, P.	"Doctrina Social de la Iglesia", Instituto Católico de Estudios Sociales de Barcelona, España, 1966.
Brugger,Walter	"Diccionario de Filosofía", Edit. Herder, España, 1978.
Desantes, J.María	"La Verdad en la información", Valladolid, 1976.
Derieux, Emanuel	"Cuestiones ético-jurídicas de la información", EUNSA, España, 1984.
Durandin, Guy	"La mentira en la propaganda política y en la publicidad", Editorial Piados, España, 1984
Colección de Encíclicas y Documentos	
Pontificios", Ediciones Paulinas, España, 1968	
Hormann, Karl	"Diccionario de Moral Cristiana",Edit.Herder, España, 1979.
Lussato, Bruno	"El desafío informático", Editorial Planeta, Col.AI final del tiempo, Colombia, 1982.
Rossi-Valsecchi y otros	"Diccionario Enciclopédico de Teología Moral",Ediciones Paulinas, 1980.
Simon, R.	"Moral", Editorial Herder, España, 1978.
Soria, Carlos	"Prensa, paz, violencia y terrorismo", EUNSA, España, 1987.
Vivanco Martínez,Angela	"La libertad de opinión y de información", Edit.A.Bello,Chile, 1992.
Zúñiga San Martín, Ana	"Abusos de publicidad (Recopilación e Índice Temático)", Edit.Jurídica de Chile, Chile, 1985.
Revista Logos	Universidad de La Serena, Facultad de Humanidades, Centro Interdisciplinario de Estudios Latinoamericanos CIEL.

Antofagasta, diciembre 14 de 2007

ISIDRO MORALES CASTILLO
JEFE DE CARRERA
ESCUELA DE PERIODISMO

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
TEMUCO - CHILE
CARRERA DE PERIODISMO

RESUMEN PROGRAMA ASIGNATURA “ÉTICA Y LEGISLACIÓN PERIODÍSTICA”

Horas : 2 horas teóricas y 1 práctica

Régimen : 1 semestre

Profesor : Alfonso Zúñiga Fontecilla (Periodista)

I. Descripción de la asignatura

Esta asignatura debe entregar a los futuros periodistas sólidos principios éticos que les permitan asumir su responsabilidad social en los diversos campos del ejercicio profesional, contribuyendo a la gestación de una nueva conciencia individual de responsabilidad en la búsqueda de la verdad y el correcto desempeño ético en el uso de los poderosos MCS puestos al servicio del Bien Común.

II. Objetivos

Se busca:

Generar en los futuros periodistas la urgencia de rescatar la valorización de la veracidad como criterio moral inmovible que ilumine integralmente el ejercicio de tan delicada profesión.

Que cada futuro periodista sea capaz - en una sociedad globalizada en la que se privilegian los intereses de los poderosos medios de comunicación por sobre las personas a las que deben servir-, valorar la calidad de los mensajes informativos desde una perspectivagurosamente ética y positiva.

Se aspira:

Que los periodistas que formamos, conscientes de su alta responsabilidad de constructores de una sociedad en paz, basada en la verdad, la justicia y la solidaridad, apliquen los conocimientos adquiridos, trabajando sistemáticamente en investigación periodística, aplicando métodos y criterios que prioricen la naturaleza y el valor de las personas e instituciones y las culturas provenientes.

Nuestros periodistas deberán egresar capacitados para aplicar en el ejercicio diario de su quehacer los principios deontológicos asimilados, poniéndolos al servicio de la sociedad en general y, preferentemente, de los sectores más vulnerables de la comunidad.

III. Contenidos

Apuntando a nuestros objetivos, revisaremos desde la Filosofía y desde la praxis concreta: La Ética, la Moral, la Deontología, los Valores; el por qué del compromiso ético del “profesional” periodista; la Ética aplicada a todo el proceso de la comunicación en los diversos medios masivos y con especial atención a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Trabajaremos teniendo a la vista el aporte teórico de importantes estudiosos, especialmente de habla hispana como el Dr. Niceto Blázquez y la experiencia ofrecida, entre otros, por destacados periodistas nacionales desde el ejercicio de su profesión, revisando además los aportes provenientes desde MCS y entidades gremiales de Chile y el mundo.

En el marco de nuestra reflexión contaremos entre otros importantes documentos con: la Constitución Política de la República, subrayando las reformas del año 2005 referidas a la libertad de expresión, el fortalecimiento de los Colegios Profesionales, especialmente el retorno de la tuición ética a sus Consejos Nacional y Regionales; La Ley de Prensa 19.733, de 04/06/2001; el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile (Agosto 2000); fallos y dictámenes del Consejo de Ética de los MCS y del Tribunal de Ética y Disciplina del Colegio de Periodistas de Chile, además del Informe de la Comisión “Verdad y Periodismo”, sobre la situación de la prensa y los derechos humanos en Chile entre los años 1960 – 1990.

Temuco, 13 de junio de 2007-06-14

Alfonso Zúñiga Fontecilla

Periodista y profesor de Ética y Legislación Periodística

V.3. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA SANTÍSIMA CONCEPCIÓN (Concepción). **Deontología de la Infomación.** Pfr. Mario Urzúa (Fecha documento: 23-2-07)

DEONTOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Datos Generales**Código:** PEI 413**Nº de Créditos:** 08**Nº de Módulos:** 02**Requisito:** TEO 903**Ubicación dentro del plan de estudios:** primer semestre, cuarto año**Profesor:** Sr. Mario Urzúa A.**Año:** 2006**Descripción**

Curso teórico- práctico que estudia la ética informativa como fundamento de la actividad profesional del periodista.

Objetivos Generales

1.- El alumno deberá ser capaz de describir, analizar y enjuiciar los principales elementos de la ética informativa y sus fundamentos.

Objetivos Específicos

1. Describir las principales condicionamientos éticos de la actividad periodística
2. Desarrollar un enjuiciamiento ético frente a una acción profesional concreta.

Contenidos

1. Deontología
1. La profesión y la ética
2. La verdad en la información.
3. Información, vida privada e intimidad
4. Información y honor
- 5.-Información y propiedad intelectual
6. Los deberes informativos
7. Los códigos deontológicos
8. Estudios de casos

Metodología

Clases expositivas, estudio de casos.

Evaluación

Controles de lectura, pruebas de materia y análisis de casos.

Bibliografía

BRAJNOVIC, LUKA

"Deontología periodística". EUNSA 1978.

SORIA, CARLOS

"Derecho de la información y derecho a la honra"
Editorial ATE. Barcelona 1981.

BLAZQUEZ, NICETO

Ética y Medios de Comunicación, Bac, 1994

AZNAR, HUGO

Ética y Periodismo, Paidós, 1999

DERIEUX, EMANUEL

"Cuestiones ético - jurídicas de la información"
Ed. Universitaria Navarra. 1983.

URZUA, MARIO

Periodismo y Ética: Temas Actuales, Centro de Estudios Bicentenario y Escuela de Periodismo UCSC, Santiago, 2005.

VAN DER MEIDEN

"Ethics and Mass Communications"

CONC VANT.II

Documento Inter mirifica

BARROSO, A.P.

"Códigos Deontológicos de los Medios de Comunicación". Madrid, 1984.

V.4. UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN (Concepción). **Ética Profesional**. Pfr. Hugo Olea M. (Fecha documento: 5-9-07)

ASIGNATURA:

ETICA PROFESIONAL

CODIGO:

920205

REGIMEN:

SEMESTRAL

CREDITOS: 2
HORAS SEMANALES: 2

DESCRIPCION: ES UNA ASIGNATURA TEORICO- PRACTICA DESTINADA A PROPORCIONAR AL ESTUDIANTE INFORMACION SOBRE LA DEONTOLOGIA PERIODISTICA .

OBJETIVO GENERAL: ORIENTAR AL ESTUDIANTE PARA ACTUAR CONFORME A LOS LINEAMIENTOS ETICOS DE LA PROFESION PERIODISTICA, A PÁRTIR DE LA NORMATIVA EXISTENTE Y DEL ANALISIS DE CASOS.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: QUE EL ESTUDIANTE SEA CAPAZ DE :

- IDENTIFICAR LAS FUENTES DE LA ETICA PERIODISTICA.
- INTERNALIZAR LAS CONDUCTAS ETICAS BASICAS QUE REGULAN EL EJERCICIO DE LA PROFESION.
- REVOLVER PROBLEMAS ETICOS A LA LUZ DE LA NORMATIVA VIGENTE.

CONTENIDOS: ETICA Y MORAL. TEORIA
DECLARACION UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS.
LAS FUENTES DE LA ETICA PROFESIONAL EN CHILE.
LAS NORMAS VIGENTES.
DEONTOLOGIA PERIODISTICA: DIEZ PROBLEMAS COMUNES.
ESTUDIO DE CASOS.

METODOLOGIA: CLASES EXPOSITIVAS; LECTURAS; TRABAJOS GRUPALES; TRIBUNALES SIMULADOS.

EVALUACION : 2 TRABAJOS 20% CADA UNO CERTAMEN 60% = nota de presentación 50% :
EXAMEN ORAL : nota examen 50%.
ASISTENCIA : 75% EFECTIVO

BIBLIOGRAFIA : HERRAN-RESTREPO, “ Etica para Periodistas” Tercer Mundo Editores, Bogotá 1993.
GONZALEZ, Jesús, “Curso de Etica”, Barcelona 1987.
EL PAIS, “Libro de Estilo” , Sexta Edición, noviembre 1990.
VARIOS AUTORES, “Periodismo, Etica y Actores Políticos” Carrera de Periodismo. U de Concepción, 1993.
COLEGIO DE PERIODISTAS DE CHILE, Código de Etica.
SANTIBAÑEZ, Abraham, “Introducción al Periodismo”.

V.5. UNIVERSIDAD DEL DESARROLLO (Concepción). **Ética Periodística**. Pfra. Carolina Mardones
(Fecha documento: 6-3-08)

Formulario N° B-



PROGRAMA DE ESTUDIO

A. Antecedentes Generales.

- Nombre de la asignatura	: Ética Periodística
- Carácter de la asignatura (obligatoria/ electiva)	: Obligatoria
- Pre – requisitos	: Derecho de la Información
- Co – requisitos	: No tiene
- Créditos	: 08 créditos
- Ubicación dentro del plan de estudio (semestre o año)	: 8° semestre
- Número de clases por semanas (incluyendo las prácticas)	: 2 módulos
- Horas académicas de clases por período académico	: 64
- Horas académicas de prácticas por período académico	: 0

B. Intenciones del curso

Esta asignatura tiene como objetivo que el alumno comprenda y analice los aspectos más importantes de la ética periodística. El énfasis estará puesto en la entrega de conocimientos y el desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para resolver responsablemente los dilemas profesionales en que el derecho a la información parece enfrentarse a otros derechos del ser humano.

El ramo se relaciona directamente con el plan de estudios de la carrera, al aportar elementos que dan solidez a la formación profesional, y con la construcción del sello que distingue a la Universidad del Desarrollo.

Ética Periodística pertenece al segundo ciclo de estudios (licenciatura) y forma parte de la línea de conocimientos y destrezas profesionales.

C. Objetivos Generales del Curso1. Objetivos conceptuales o declarativos (conocimientos)

- Conocer los fundamentos del derecho a la información y su relación con la libertad, la justicia y la verdad. A partir de ello, distinguir los pilares de la profesión periodística y sus obligaciones.
- Conocer las características del proceso de investigación en el periodismo, haciendo hincapié en la relación que media entre el periodista y las fuentes de información.
- Conocer el mensaje en un sentido amplio, enfatizando los aspectos que se vinculan a los derechos de la personalidad, la información relativa al dolor, la violencia, los menores de edad y el sensacionalismo, entre otros tópicos.

2. Objetivos procedimentales (habilidades)

- Identificar temas de la pauta periodística que son potencialmente conflictivos desde el punto de vista ético, antes de que se planteen los dilemas respecto de cómo abordarlos.
- Comparar distintas opciones para abordar periodísticamente un tema complejo, identificando y jerarquizando los motivos que apoyan y se oponen a cada una de ellas.
- Analizar la opinión de otros respecto de dilemas éticos.
- Decidir acertadamente qué tratamiento periodístico se le dará a un determinado tema, contemplando, responsablemente, todas las consideraciones éticas.
- Defender, con argumentación sólida, la propia postura frente a la manera de abordar un tema que presenta dilemas éticos.

3. Objetivos actitudinales (actitudes)

- Valorar positivamente el esfuerzo permanente por informar de manera veraz, justa, libre y oportuna.
- Valorar positivamente el trabajo periodístico que cumple con los parámetros mencionados.
- Valorar positivamente el realizar una reflexión profunda antes de tomar una decisión frente a un dilema ético.
- Ponerse en el lugar de todas las personas e instituciones que podrían verse afectadas con la publicación de una información, de manera de evaluar responsablemente cuáles serán las implicancias de proceder con la información.
- Escuchar con atención y respeto las opiniones de otras personas.
- Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

D. Contenidos**UNIDAD 1: Introducción, la ética profesional****A nivel de conocimiento declarativo**

1. Ética y el concepto de bien
2. Objeto de la ética
3. Sujeto de la ética
4. Dilema ético
5. Principales corrientes éticas
6. Ética profesional
7. Regulación de la ética periodística en Chile

A nivel de procedimientos

1. Identificar los aspectos centrales de la ética y sus dilemas.
2. Distinguir las formas como las corrientes más importantes de la historia han abordado los dilemas éticos.
3. Identificar los mecanismos de regulación que existen en Chile.
4. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
5. Analizar las opiniones de los pares.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente la conducta ética tanto en la vida cotidiana como en la actividad profesional.

UNIDAD 2: Derecho a la Información

A nivel de conocimiento declarativo

1. Fundamentos del Derecho a la Información
2. Relación de el derecho a la información con la libertad y la justicia
3. Deberes anteriores, coetáneos y posteriores al acto informativo

A nivel de procedimientos

1. Identificar los fundamentos del periodismo y su función social.
2. Identificar los deberes que implican el derecho a la Información.
3. Distinguir las particularidades de las responsabilidades éticas que se desprenden de las distintas etapas del trabajo periodístico.
4. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
5. Analizar las opiniones de los pares.
6. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente la función social del periodismo como uno de los pilares fundamentales para garantizar la libertad, justicia y democracia.
2. Valorar positivamente el trabajo periodístico que cumple con los deberes asociados al Derecho a la Información.

UNIDAD 3: Fuentes de información

A nivel de conocimiento declarativo

1. ¿Qué se entiende por fuentes de información?
2. Categorías de acuerdo a los requerimientos de información
3. Derechos de las fuentes de información
4. Problemas de la relación con las fuentes de información
5. Independencia y conflictos de intereses
6. Orientaciones éticas en la relación con las fuentes de información
7. Secreto profesional
8. Plagio

A nivel de procedimientos

1. Identificar los distintos tipos de fuentes de información.
2. Reconocer los derechos de las fuentes de información.
3. Reconocer los problemas más comunes de la relación periodista – fuentes de información.
4. Identificar las particularidades del secreto profesional.
5. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
6. Analizar las opiniones de los pares.
7. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente el respeto a las fuentes de información.
2. Valorar positivamente el respeto al secreto profesional.
3. Valorar positivamente el uso del secreto profesional como una excepción en el trabajo periodístico.
4. Valorar positivamente el respeto a la propiedad intelectual propia y de otros.

UNIDAD 4: Verdad y Objetividad

A nivel de conocimiento declarativo

1. Relación entre verdad e información
2. Categorías de verdad
3. Problemas periodísticos en relación con la verdad
4. Actitudes profesionales mandantes frente a la verdad
5. Objetividad e información
6. Actitudes profesionales mandantes frente a la objetividad

A nivel de procedimientos

1. Identificar las distintas categorías de verdad y cómo estas se relacionan con el periodismo.
2. Reconocer los problemas más comunes en relación con la verdad.
3. Distinguir la noción de objetividad que debe estar siempre presente en el trabajo periodístico.
4. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.

5. Analizar las opiniones de los pares.
6. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar a la verdad y la objetividad como dos sustentos fundamentales del trabajo periodísticos.

UNIDAD 5: Derechos de la personalidad

A nivel de conocimiento declarativo

1. Fundamentos de los derechos de la personalidad
2. Derecho a la intimidad
3. Derecho a la vida privada
4. Derecho al honor y la honra
 - a. Calumnia
 - b. Injuria
5. Derecho a la fama
6. Derecho a la imagen

A nivel de procedimientos

1. Identificar los derechos de la personalidad que habitualmente entran en conflicto con el Derecho a la Información.
2. Identificar dilemas éticos en que entran en conflicto el Derecho a la Información con los derechos de la personalidad.
3. Identificar temas de la pauta periodística que son potencialmente conflictivos desde este punto de vista.
4. Comparar distintas opciones para abordar periodísticamente un tema complejo, identificando y jerarquizando los motivos que apoyan y se oponen a cada una de ellas.
5. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
6. Analizar las opiniones de los pares.
7. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente el respeto a los derechos de la personalidad.
2. Ponerse en el lugar de las personas que podrían verse afectadas con la publicación de una información, de manera de evaluar responsablemente cuáles serán las implicancias de proceder con la información.
3. Valorar positivamente el realizar una reflexión profunda antes de tomar una decisión frente a un dilema ético.

UNIDAD 6: El mensaje

A nivel de conocimiento declarativo

1. Circuito de la noticia
 - a. La pauta y los distintos tipos de agenda
 - b. Reporteo
 - c. Proceso de selección del material que se publicará
 - d. Consideraciones en relación con el soporte
2. El lenguaje como representación de la realidad
3. Uso de imágenes para representar la realidad
4. Pluralismo, polémica y debate
5. Noticias creadas
 - a. Terrorismo
 - b. Relaciones Públicas
 - c. Noticias creadas en beneficio del medio de comunicación
6. Campos magnéticos
 - a. Sensacionalismo
 - b. Intimidad como tema informativo
 - c. Ocultación y omisión
 - d. Información tendenciosa
 - e. Periodismo Shund (basura)
7. Tratamiento del dolor
8. Menores de edad

A nivel de procedimientos

1. Identificar tópicos del ciclo de la noticia que son potencialmente conflictivos debido a la presencia de dilemas éticos.
2. Identificar elementos de representación de la realidad que pueden provocar problemas éticos.
3. Reconocer dilemas habituales cuando se está frente a noticias creadas, campos magnéticos, cobertura de hechos que generan dolor o tienen vinculación con menores de edad.
4. Comparar distintas opciones para abordar periodísticamente un tema complejo, identificando y jerarquizando los motivos que apoyan y se oponen a cada una de ellas.
5. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
6. Analizar las opiniones de los pares.
7. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente el esfuerzo permanente por informar de manera veraz, justa, libre y oportuna.
2. Valoración positiva del trabajo periodístico que cumple con los parámetros mencionados.
3. Valorar positivamente el realizar una reflexión profunda antes de tomar una decisión frente a un dilema ético.
4. Ponerse en el lugar de las personas que podrían verse afectadas con la publicación de una información, de manera de evaluar responsablemente cuáles serán las implicancias de proceder con la información.
5. Comprensión de que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

UNIDAD 7: Periodismo de Investigación

A nivel de conocimiento declarativo

1. Fundamentos del periodismo de investigación
2. Desafíos éticos en relación con el Periodismo de investigación
3. Acceso a la información pública en Chile
4. Presunción de inocencia
5. Relación con el poder judicial
5. Desafíos que surgen a partir del nuevo proceso penal en Chile

A nivel de procedimientos

1. Identificar tópicos del periodismo de investigación que son potencialmente conflictivos debido a la presencia de dilemas éticos.
2. Identificar los desafíos éticos que surgen de la relación con el poder judicial y, específicamente, con la nueva justicia penal.
3. Comparar distintas opciones para abordar periodísticamente un tema complejo, identificando y jerarquizando los motivos que apoyan y se oponen a cada una de ellas.
4. Argumentar y dar a conocer las opiniones propias.
5. Analizar las opiniones de los pares.
6. Comprender que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

A nivel de actitudes

1. Valorar positivamente el esfuerzo permanente por informar de manera veraz, justa, libre y oportuna.
2. Valoración positiva del trabajo periodístico que cumple con los parámetros mencionados.
3. Valorar positivamente el realizar una reflexión profunda antes de tomar una decisión frente a un dilema ético.
4. Ponerse en el lugar de las personas que podrían verse afectadas con la publicación de una información, de manera de evaluar responsablemente cuáles serán las implicancias de proceder con la información.
5. Comprensión de que los conocimientos adquiridos en el curso deben aplicarse durante la carrera y a lo largo de todo el ejercicio profesional, y no sólo en este curso.

E. Metodología de Enseñanza

1. Se utilizará, con especial énfasis, el análisis de casos, a la luz de los temas tratados en clase y de la lectura de la bibliografía obligatoria. Durante el transcurso de la asignatura se indicarán casos en video, escritos y películas. Para orientar la reflexión, se entregarán preguntas que deberán ser respondidas en forma individual, para después realizar el análisis grupal.
2. Clases expositivas apoyadas con presentaciones en Power Point.

3. Realización de trabajos de investigación y análisis que serán presentados como informes o ensayos.
4. Debates.

F. Evaluación

1. Participación en clases que se evaluará de acuerdo a la contribución a la discusión, la solidez de la argumentación y el respeto a los pares. 15%
2. Ensayos, informes, controles y trabajo de investigación. 20%
Corresponden a los informes que dan respuesta a las preguntas de los casos; a trabajos en los que los alumnos deben realizar en forma individual o grupal una argumentación analítica respecto de un tópico o una pregunta específica, para la cual deberán además investigar y leer bibliografía específica.
3. Seguimiento de un caso periodístico en Chile. 15%
En equipos, los alumnos deberán seleccionar, investigar y producir un video en el cual se presente un caso real de conflicto ético periodístico ocurrido en el país. Junto con entregar los datos relevantes, deberán presentar los testimonios de quienes se vieron involucrados. Éstos tendrán que concentrarse en cómo se realizó el proceso de toma de decisiones, qué antecedentes se consideraron y cuáles fueron los efectos de las resoluciones tomadas. El objetivo de este trabajo es acercar a los alumnos a los dilemas que habitualmente se enfrentan en la profesión y a las dificultades que surgen en el proceso de toma de decisiones.
4. Dos certámenes 10% cada uno.
Evaluaciones acumulativas de los conocimientos adquiridos para constatar en grado de dominio y claridad de los conocimientos y habilidades desarrolladas. Las preguntas realizadas son de diversa índole, pero siempre enfocadas hacia el análisis y comprensión profunda.
5. Examen final 30%
Aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridos durante toda la asignatura en un caso real. La prueba estará enfocada hacia el análisis y comprensión profunda.

El alumno deberá obtener una calificación 3,0 (tres coma cero) o superior en el examen para tener derecho a aprobar la asignatura. La nota mínima de aprobación es de 4,0 (cuatro coma cero).

G. Bibliografía

Consejo de Europa	Respeto al dolor y el deber de informar (apunte biblioteca) La información sobre el dolor: una reformulación... (apunte Mardones)
Desantes, José María	La información como un deber, editorial Ábaco.
Desantes, José María	Realidad, verdad y objetividad en la información (apunte Jouanne)
Filippi, Emilio	Fuente y secreto (apunte Mardones)
Lecaros, María José	Una proposición ética respecto del pluralismo informativo (apunte Jouanne)
Molina, Jorge ...	Los medios de comunicación social y el derecho a la intimidad y a la vida privada. www.cepchile.cl
Pieper, Josef	Abuso de poder, abuso de lenguaje (apunte Mardones)
Rozas, Eliana	¿Cuál es la noticia? El otro como tema (apunte Jouanne o en cuadernos de la información n°12 año 1997 en www.perpuc.cl)
Soria, Carlos	Concepto de honor y honra (apunte Mardones)
Soria, Carlos	La información de lo público, lo privado y lo íntimo (apunte Jouanne)
Soria, Carlos	Fundamentos éticos de la presunción de inocencia... (apunte Mardones)

Requisitos Obligatorios

Escuela de Periodismo

- Ante cualquier falta de honestidad en que el alumno incurra a la hora de presentar un trabajo o rendir una prueba, certamen u otro tipo de evaluación, será calificado con nota 1.0 y, además, esto podrá significar la reprobación inmediata de la asignatura.
Se entiende por falta de honestidad situaciones como copia, plagio, invención de fuentes de información, u otras que determine el docente del ramo en conjunto con la Dirección de la Escuela. Esto, según lo establecido en el artículo 58 del Reglamento Académico del Alumno Regular de Pre-Grado.
- Se exige calificación 3.0 o superior en el examen para aprobar la asignatura.
- Ante la inasistencia a un certamen, el alumno tiene 48 horas para presentar el certificado médico y la boleta de honorarios (o bono de la isapre) que acrediten su atención médica. Pasadas las 48 horas, la Escuela NO RECIBIRÁ ningún certificado.
- El alumno sólo podrá rendir el certamen atrasado si su justificación es aprobada en la Subdirección de Docencia de la UDD.
- Si la solicitud del alumno es finalmente aprobada, se le comunicará para que coordine una nueva fecha con el profesor.

Normas especiales del curso Ética Periodística:

- Los alumnos podrán llegar hasta 10 minutos después de la hora establecida para el inicio de la clase para no dificultar el desarrollo de la misma.
- Los trabajos e informes solicitados para la clase deben ser entregados al inicio de ésta (durante los 10 primeros minutos).
- No se recibirán justificaciones por la no entrega de trabajos (no certámenes) y/o inasistencias. Al finalizar el semestre se eliminará la peor nota que obtuvo cada alumno en las evaluaciones menores.
- Si los alumnos no realizan en forma justificada un certamen y son autorizados por la Dirección de Carrera para rendirlo, lo harán al final del semestre con prueba acumulativa de toda la materia.
- Las clases serán apoyadas por presentaciones en power point que después serán publicadas en el sitio web del ramo.
- Los textos, apuntes y películas estarán a disposición de los alumnos en la biblioteca.

V.6. UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO (Santiago). **Ética y Legislación Periodística.**
Pfr. Carlos Donoso Pacheco (Fecha documento: 27-11-07)

UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO
Programa de Ética y Legislación Periodística

1. OBJETIVO GENERAL

Conocer las normas regulativas y autorregulativas de la actividad periodística en Chile, orientando al mismo tiempo una reflexión sistemática en torno a ellas y a los problemas morales y legales que se manifiestan hoy en el periodismo nacional.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 2.1. Aportar a la comprensión de los aspectos éticos y legales del trabajo periodístico.
- 2.2. Abrir un espacio de estudio, investigación y reflexión sobre la ética y la legislación periodísticas.
- 2.3. Conocer las normas legales y éticas que rigen el ejercicio del periodismo.
- 2.4. Analizar situaciones de carácter moral, relacionadas con la realidad del periodismo chileno actual.

3. CONTENIDOS**Primera Unidad**

- 3.1. Concepto de ética. Moral y ética
- 3.2. Problemas y temas de la ética

Segunda Unidad

- 3.3. Sociedad y profesión
- 3.4. Verdad y objetividad
- 3.5. Libertad y responsabilidad

Tercera Unidad

- 3.6. Regulación y autorregulación de la actividad periodística (legislación y códigos de ética)
- 3.7. El Código de Ética del Colegio de Periodistas
- 3.8. La "Ley de Prensa"

Cuarta Unidad

- 3.9. Libertades de expresión y censura
- 3.10. Derecho a informar y derecho a la información
- 3.11. El sensacionalismo
- 3.12. El secreto profesional
- 3.13. Propiedad de los medios de comunicación y pluralismo

4. METODOLOGÍA

La base principal de la metodología será la reflexión grupal en torno a experiencias de carácter moral y legal, relacionándolas con teorías y normas de regulación y autorregulación del trabajo profesional.

La exposición de algunos temas por parte del docente estará acompañada de la realización de talleres, de lecturas de textos, de análisis de casos y de un trabajo de investigación y exposición sobre un tema o caso de ética periodística.

En todas las actividades se incentivará la participación y el diálogo.

5. EVALUACIÓN

Unidad Ética y Legislación Periodística. Universidad Católica de Chile. 2008

- 5.1. Controles de lectura
- 5.2. Pruebas
- 5.3. Trabajo semestral
- 5.4. Exposición del trabajo semestral

6. BIBLIOGRAFÍA

- Brajnovic Luka. *Deontología periodística*, Editorial Universidad de Navarra, Pamplona, España, 1978.
- Cárdenas, Juan Pablo. *El periodismo comprometido*, Ediciones Radio Universidad de Chile, Santiago de Chile, 2006.
- Colegio de Periodistas de Chile. *Código de Ética Periodística*, 1999.
- Escobar V., Gustavo. *Ética: introducción a su problemática y su historia*, Editorial McGraw-Hill, México, 1991.
- Filippi M., Emilio. *La profesión de periodista (Una visión Ética)*, Editorial Atenea, Santiago de Chile, 1991.
- Fundación de la Prensa-Chile. *Ética y derecho*. 2006.
- González Pino, Miguel. *La ética informativa en Chile. Diagnóstico y proposiciones*. En: Reflexiones Académicas, Universidad Diego Portales, N° 10, Santiago de Chile, 1998.
- Hevia, Renato. *La palabra pública. Ética y periodismo*, Ediciones San Pablo, Santiago de Chile, 1994.
- Krohne, Walter. *La libertad de expresión en Chile. Bajo la atenta mirada de la crítica. Balance de 12 años de democracia (1990-2002)*, Fundación Honrad Adenauer, Santiago de Chile, 2002.
- Lecaros, María José. *Ética periodística*, Pontificia Universidad Católica, Escuela de Periodismo, Santiago de Chile, 1989.
- Le Monde Diplomatique. *La prensa ¿Refleja la realidad? Nuevas tecnologías y concentración de los medios*, Editorial Aun Creemos en los Sueños, Santiago de Chile, 2003.
- Reyes-Matta, Fernando, y Richards, Jorge Andrés. *Periodismo independiente: ¿mito o realidad?*, ILET, Santiago de Chile.
- Sánchez Vásquez, Adolfo. *Ética*. Ed. Crítica, Barcelona, 1999.
- Santibáñez, Abraham. *Introducción al periodismo*, Editorial Los Andes, Santiago de Chile, 1994.
- Sunkel, Guillermo y Geoffroy, Esteban. *Concentración económica de los medios de comunicación*, Lom Ediciones, Santiago de Chile, 2001.
- Taufic, Camilo. *Manual de ética periodística comparada. La autorregulación del periodismo*, Observatorio de Medios, Fucatel, Santiago de Chile, 2005.
- Vivanco Martínez, Angela. *Las libertades de opinión y de información*, Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile, 1992.

V.7. UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO (Santiago). **Taller de discernimiento ético**. Pfra. Lyuba Yez (Fecha documento: 15-5-08)



PERIODISMO

Nombre de la asignatura:

Taller de discernimiento ético

Código:

TALDIET

Carácter:

Obligatorio

Pre requisitos:

200 créditos aprobados del BCIS

Profesor :

Lyuba Yez

Ayudante:

Magdalena Serrano

Ubicación dentro del Plan de Estudios:

7º semestre

Número de clases por semana:

2 módulos

Carga académica

10 créditos

OBJETIVOS

El alumno conocerá los principios éticos que orientan su profesión y será capaz de debatir en torno a dilemas éticos, discernir y optar por soluciones adecuadas a un trabajo periodístico socialmente responsable y relevante.

CONTENIDOS

- 1.- Actitudes del periodista que contribuyen al discernimiento ético
- 2.- Teorías éticas
- 3.- Fin del periodismo (objeto de la información)
- 4.- Derecho a la información y libertad de expresión. Alcances y límites
- 5.- Verdad informativa, objetividad
- 6.- Objetividad en el proceso: selección y reporteo, Objetividad en el resultado: presentación y rectificación.
- 7.- Límites del derecho a la información: atributos de la persona:
 - a) Derecho a honor y honra. Periodismo de denuncia y tratamiento de menores.
 - b) Intimidad y vida privada
 - d) Derecho a la propia imagen.
- 8.- Sensacionalismo: Dolor, violencia, sexo
- 9.- Periodismo de denuncia y tratamiento de menores
- 10.- Periodismo de entretención (reality show)
- 11.- Periodismo de espectáculo
- 12.- Periodismo y pobreza
- 13.- Relación periodista/ fuente. Secreto profesional: *off the record*, fuente anónima, embargo.
- 14.- Relación periodista/ empresa informativa/ publicidad. Presiones.
- 15.- Reforma Procesal Penal.
- 16.- Terrorismo y Defensa Nacional.
- 17.- Secreto profesional.

METODOLOGÍA

Clases expositivas, discusión de casos, análisis de la contingencia y debates de los alumnos.

EVALUACION

- **4 controles de lectura** 40% (10% cada uno) Bibliografía.
- **Prueba** 25%
- **Examen oral** 35% Materia, textos, casos vistos en clase. No podrán presentarse a examen los alumnos que tienen un promedio de notas previas inferior a 4.0 y que no cumplan con el 80% de asistencia.
- **Las inasistencias a las evaluaciones deben justificarse con certificado médico y en ese caso los porcentajes serán sumados al del examen.**

BIBLIOGRAFÍA**Obligatoria:**

Anker, Elisabeth. "Villains, victims and heroes: melodrama, media and september 11". *Journal of Communication*. Marzo, 2005; vol. 55, nº 1.

Aznar, Hugo. "La autorregulación de los medios" en: *Periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*, 1999, pp. 26-60. ON-LINE

Cortina, Adela. "Ética de la empresa informativa" en www.audiovisualcat.net/publicacions/Q6etica.pdf

Desantes, José María (1988). "El deber profesional de informar", pp. 9-48

Langer, John. "La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las 'otras noticias'". Paidós, 2000. Pp. 113-144.

Mill, John Stuart (1859). *Sobre la Libertad. El Utilitarismo*. "De la libertad de pensamiento y de discusión", pp. 36-44, 67-70.

Miralles, Ana María (1999). "La construcción de lo público desde el periodismo cívico". Texto en fotocopiadora.

Rozas, Eliana (1997). *Cuadernos de Información* Nº 12. "Periodismo y propia imagen: el otro como tema", pp. 70-78. ON-LINE

Soria, Carlos (1981). *Derecho a la información y derecho a la honra*. "Los conceptos de honor y honra", pp. 9-32.

Soria, Carlos. *El laberinto informativo: una salida ética*. "Fundamentos éticos de la presunción de inocencia". Pp. 171-191. ON LINE.

Soria Carlos: *La crisis de identidad del periodista*. "Luces y sombras del contrato de trabajo".

Terrasa, Eduardo (1994). *Comunicación y Sociedad* Vol VII, Nº2. "La información sobre el dolor: una reformulación de términos", pp. 165-172. ON-LINE

Thompson, John B. "La transformación de la visibilidad" en: *Estudios Públicos*. Santiago, Chile. 2003. pp 273-296. ON-LINE

Manuel Jesús González Bortolo. Universidad Complutense de Madrid. 2008

Traducción de parte del informe de The Commission on Freedom of the Press (Comisión Hutchins), A Free and Responsible Press, Chicago, 1947. (En la versión inglesa, pp.v-ix, 1-11).
ON-LINE.

V.8. UNIVERSIDAD DE LOS ANDES (Santiago). **Ética Periodística**. Pfras. Ana M. Gálvez y María José Lecaros (Fecha documento: 16-11-07)

PROGRAMA TIPO DE ASIGNATURAS

I. Nombre de la Asignatura:

II. Ética Periodística (anual)

III. Código Banner:

(NO RELLENAR, dejar esta línea en blanco)

IV. Profesor:

V. María José Lecaros , Ana María Gálmez

VI. Total de Horas presenciales: 3 horas

VII. Créditos o dedicación: 5 horas (3 + 2)

VIII. Prerrequisitos:

IX. Descripción de la asignatura:

Se han diversificado los soportes tecnológicos, hay nuevas estructuras y fórmulas, nuevos contenidos. La industria de los medios se ha sofisticado y ha establecido relaciones diferentes con el sistema político y económico. La relación medios-público es también distinta. El trabajo de los periodistas ha cambiado.

El curso de ética periodística aborda estos cambios. Permite al alumno descubrir –a través de un conocimiento teórico y práctico– lo que es permanente al trabajo de todo periodista –y siempre exigible, porque se le debe al público–, de aquellas rutinas que un buen periodista debe cambiar para lograr una información de calidad en estas nuevas circunstancias. Le aporta claves para entender las reales necesidades del público. Lo entrena de modo que el futuro profesional sea capaz de tomar la mejor de las decisiones en cada momento.

El primer semestre se centrará en los fundamentos del trabajo profesional y en los aspectos más propiamente informativos. En el segundo semestre se revisarán las nuevas áreas que hoy forman parte del fenómeno informativo y que presentan nuevos desafíos éticos: el *infotainment*, la comunicación institucional, la publicidad, la información en la Web.

X. Objetivos:

Que el alumno:

- Sea capaz de distinguir las distintas etapas de una acción profesional. Y cómo se conjuga la responsabilidad personal y la del medio, como institución, en cada una de ellas.
- Sea capaz de analizar, a priori y posteriori, diversas situaciones periodísticas desde la perspectiva antes mencionada; así como de proponer modificaciones a ellas.
- Sea capaz de aplicar la ética profesional a la propia producción de notas periodísticas complejas.

XI. Contenidos o Estructura del Curso:

Unidad I: Introducción (semana 1 y 2)

Por qué se requiere estudiar ética periodística y no basta con los conocimientos de ética general. Los cambios en el objeto de la profesión que dificultan la toma de decisiones. La profesión, la persona, y la sociedad. Qué exige al profesional el público, la empresa, la sociedad. Qué es lo que se llama periodismo de calidad.

Unidad II: La Persona y la Información

La persona como protagonista de la noticia: la vida íntima, privada y pública. La exigibilidad social del honor, la honra y la fama en la información. El derecho a la propia imagen. La persona como fuente. Los fundamentos del secreto profesional. La verdad y la libertad son notas distintivas de la persona, son condición de la información.

Unidad III: La sociedad y la información

El periodismo produce sociedad. Comunidad y comunicación. Los hechos y las opiniones. El rol del periodista en la sociedad. Las fórmulas y exigencias propias del periodismo de denuncia, y del periodismo de investigación. El periodismo de opinión. El debate de las ideas en los medios. Calidad y pluralismo informativo.

Segundo semestre

Unidad IV: Lenguaje

El lenguaje, la imagen y la realidad. El cómo se dice modifica el qué se dice. La ética (y la estética) de palabras e imágenes. El lenguaje de los números y estadísticas. La moda.

El dolor: ¿es información? Cómo comunicar el dolor. El sensacionalismo, el voyerismo, el morbo.

El lenguaje de la violencia y del terrorismo: desafío para los medios.

Unidad V: Entretenimiento

La entretención como estructura y como contenido. El nuevo mix de géneros y sus exigencias éticas. ¿Qué se busca con la entretención en los medios? ¿En qué consiste la calidad en la entretención?

Unidad VI: La autorregulación

¿Autorregulación o intervención externa a los medios?. La dignidad de las audiencias. La situación chilena y la internacional. Ventajas y debilidades.

Unidad VII: Los complejos socios de la información

La comunicación Institucional, la publicidad y las asesorías comunicacionales. Una mirada desde los medios. Sus propias exigencias éticas.

Unidad VIII Los nuevos medios, las nuevas propuestas

Los viejos y nuevos sectores: sus fórmulas y contenidos. El profesional y el periodismo ciudadano

Los medios online: qué se mantiene, qué cambia. La web, el blog.

• Unidades y temas:

Primer semestre

Semana	Unidades y temas	Tareas y evaluaciones
Semana 1 Y 2	<u>I Introducción</u> Por qué una ética periodística La profesión El objeto de la información Por qué se requiere estudiar ética periodística y no basta con los conocimientos de la ética general. Los cambios en el objeto de la profesión que dificultan la toma de decisiones. La profesión, la persona, y la sociedad. Las características de un Periodismo de calidad	- Caso El gran Dragón de Nueva York - Spaemann, r. - Lecaros, M.J. Evaluaciones: - Control semanal
Semana 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, y 10	<u>II La Persona</u> La persona como protagonista de la noticia - Vida íntima, privada y pública - Honor, honra y fama - Derecho a la propia imagen Las fuentes, el secreto Verdad y libertad La persona como protagonista de la noticia: vida íntima, privada y pública. Exigibilidad social del honor, la honra y la fama en la información. El derecho a la propia imagen. La persona como fuente. Los fundamentos del secreto profesional. La verdad y la libertad: en la persona, en la información	- Casos: - juez Corte de Apelaciones. - Amirante Boorda - Carolina de Mónaco - Pdte Mitterand - Textos: - Soria, C. - Yepes, R. - Síntesis de dictámenes. Evaluaciones: Semana N° 7 Prueba 1.
Semana 11, 12, 13, 14 Y 15	<u>III La Sociedad y la información</u> Periodismo de denuncia y periodismo de investigación Ética de los procedimientos Calidad y pluralismo informativo Periodismo de denuncia, periodismo de investigación. Periodismo de opinión: el debate de las ideas en los medios. Calidad y pluralismo	Casos: - Investigación a senador. - "Tale of two brothers" - "Jessica's final flight" Textos:

	informativo	<p>- Soria, C. - Dictamen Nº 13 Consejo de Ética</p> <p>Evaluaciones: Semana Nº 14 Prueba 2</p>
--	-------------	---

Segundo semestre

Semana	Unidades y temas	Tareas y evaluaciones
Semana 1, 2, 3, 4, y 5,	<p><u>IV Lenguaje</u></p> <p>Lenguaje e imagen La cuestión del dolor Sensacionalismo La violencia, el terrorismo y los medios</p> <p>Lenguaje e imagen. El cómo se dice modifica el qué se dice. La ética y la estética de las palabras e imágenes. El dolor: ¿es información? Cómo comunicar el dolor. El sensacionalismo, el voyerismo, el morbo. El lenguaje de la violencia y del terrorismo. El desafío para los medios.</p> <p>Pluralismo en el lenguaje</p>	<p>Casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Niño con leucemia - “El búnker médico” <p>Textos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terrasa, E. - Pieper, J. - Neruda, P. - Vigo, A. - Lecaros, M.J. <p>Evaluaciones: Semana Nº 8 Prueba 1</p>
Semana 6,7,8 y 9	<p><u>V La entretención como estructura y contenido</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - El nuevo mix de géneros y sus exigencias éticas - La entretención como estructura y como contenido. El nuevo mix de géneros y sus exigencias éticas. ¿Qué se busca con la entretención en los medios? ¿En qué consiste la calidad en la entretención? 	<p>Casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Video programa de entretención. <p>Textos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rozas, E. - Clark, R. - Doctrina de TVN
Semana 10	<p><u>VI Autorregulación</u></p> <p>Autorregulación o intervención externa a los medios. Ventajas y debilidades</p>	<p>Caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Censura al Arzobispo <p>Textos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Texto Consejo de Ética - New York Times
Semana 11 y 12	<p><u>VII Los complejos socios de la información</u></p> <p>La comunicación Institucional, la publicidad y las asesorías comunicacionales. Una mirada desde los medios. Sus propias exigencias éticas.</p>	<p>Textos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tironi, E. y Cavallo, A.
Semana 13 y 14	<p><u>VIII Los nuevos medios, las nuevas propuestas</u></p> <p>Los medios online, el blog, el chat. Periodismo ciudadano</p>	<p>Textos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Artículos de Poynter. <p>Evaluaciones: Semana Nº 15 Prueba 2.</p>

• Tareas / Evaluaciones

- Controles semanales (Controles de lecturas y/o de análisis de caso,y/o trabajo práctico en la clase y/o análisis de caso de actualidad.)
- Dos pruebas semestrales (cuatro al año). Más una prueba acumulativa oral al cerrar el primer semestre.

- Examen oral a fin de año.

Porcentaje de las notas

Pruebas 65%

Controles semanales 35%

Nota final: 40% examen y 60% el año

Número de horas o Tiempo Destinado:

2 horas semanales más las tres horas de clase a la semana.

▪ Fecha de entrega de tarea o evaluación

- Controles semanales
- Prueba 1: semana 14 de abril
- Prueba 2: semana 2 de junio
- Prueba oral fin de semestre: (última semana de clases)
- Prueba 4: semana 22 de septiembre
- Prueba 5: semana 17 de noviembre

XII. Criterios para Evaluación de Desempeño:

En cada unidad,

- en un primer momento se le exigirá al alumno ser capaz de entender la teoría y expresarla con corrección lingüística.
- Luego deberá ser capaz de utilizarla solucionando problemas y aplicándola a situaciones nuevas.
- En una siguiente etapa se le exigirá analizar la información y generar ideas o productos propios
- para finalmente ser capaz de evaluar o criticar en base a argumentos sólidos.

XIII. Metodología:

Previo a cada clase se indicará a los alumnos una bibliografía de lecturas y un caso sobre el tema que se tratará la siguiente semana.

Se iniciará la clase con un control, ya sea de la lectura, de aplicación, de análisis de casos o de aplicación a casos de actualidad.

La clase tratará los puntos más importantes o complejos de la materia en cada unidad. Se complementarán estas ideas con comentarios y participación de los alumnos sobre la actualidad relacionada (con apoyo de textos, videos o *powerpoint* según sea necesario).

Se reforzarán textos y materia en las ayudantías obligatorias.

XIV. Recursos Necesarios:

Libros indicados en la bibliografía, copias de casos seleccionados de prensa escrita (para fotocopias y envío de los mismos por mail), artículos de prensa y sitios web. Videos y *powerpoint*.

XV. Bibliografía Básica y Complementaria:

Bibliografía Básica

Libros

- García-Noblejas, Juan José, *Medios de conspiración social*, Ed. Eunsá, 1997, pág. 23 – 70.
- García-Noblejas, Juan José. *Comunicación y mundos posibles*. Ed. Eunsá, 2005. Pág. 11 – 30, 66 – 82.
- Innerarity, Daniel. *Libertad como pasión*. Ed. Eunsá, 1992., pág. 27 a 47.
- Soria, Carlos. *El laberinto informativo: una salida ética*, ed. Eunsá, 1997 (capítulos 2, 8, 9, 10, 11 y 14)
- Spaemann, R. "El desafío planteado por la ciencia médica al *ethos* profesional del médico" en *Límites: acerca de la dimensión ética del actuar*. Ediciones Universitarias, Madrid. 2003. pp 325 a 338.
- Tironi, Eugenio y Cavallo, Ascanio. *Comunicación estratégica: vivir en un mundo de señales*. Capítulos 2, 3 y 4. Ed. Taurus, Santiago, 2004.
- Yepes, Ricardo. *Fundamentos de Antropología: un ideal de la excelencia humana*, ed. Eunsá, 2003 (capítulos 3 y 5).

Artículos

- Clark, Roy P., "Journalists should report the truth", en *Poyner Institute Online* (Disponible por mail)
- Dictamen N° 13 Consejo de Ética sobre Periodismo de Denuncia
- Lecaros, María José. "Quién controla la ética informativa". en Cuadernos de Información Pontificia Universidad Católica.
- Neruda, Pablo. Párrafos seleccionados de *Confieso que he vivido*. (Disponible por mail)
- New York Times, *New York Times Ethical Journalism*. (Disponible por mail).
- Rozas, Eliana *Discurso Premio Embotelladora Andina*. (Disponible por mail)
- Síntesis de dictámenes sobre Fuentes del Consejo de Ética de la Federación de Medios de Comunicación y selección de párrafos de la traducción de las políticas editoriales de *The Washington Post* sobre el uso de fuentes, atribuciones y *datelines*. (Disponible por mail)
- Terrasa, Eduardo. "Información sobre el dolor, una reformulación de los términos" en Revista Comunicación y Sociedad, vol. VII, n. 2, 1994, pág. 165-172. (Disponible por mail)
- Texto Alejandro Vigo sobre pluralismo (disponible en fotocopia y por mail).

Bibliografía de consulta

- García-Noblejas, Juan José. Comunicación y mundos posibles. Ed. Eunsa, 2005.
- Llano, Carlos. Las formas actuales de la libertad. Ed Trillas, México.
- www.journalism.org
- www.poynter.org
- www.arvo.net

V.9. UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES (Santiago). **Ética y Régimen Jurídico de la Comunicación**. Pfr. Abraham Santibáñez (Fecha documento: 13-8-07)

UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS
ESCUELA DE PERIODISMO

PROGRAMA DE ESTUDIOS

ASIGNATURA : ÉTICA Y LEGISLACION
CODIGO :
CARRERA : PERIODISMO
DURACION : UN SEMESTRE
SESIONES : DOS SEMANALES
PROFESORES : ABRAHAM SANTIBAÑEZ

FUNDAMENTACION

En una síntesis de cómo afectan al ejercicio profesional del periodista la ética y la legislación, hay que decir que son dos aspectos complementarios: la legislación actual en Chile, conforme una tendencia mundial, apunta a proteger la libertad de expresión y la libertad de prensa. Al mismo tiempo, periodistas y responsables de los medios coinciden en la conveniencia de la autorregulación ética como una forma de fomentar un ejercicio responsable de esa libertad.

En términos generales se postula que la formación ética debe plantearse de manera transversal en todas las asignaturas de la carrera, en especial las propiamente periodísticas. Sin embargo, se requiere una profundización específica, por la vía del estudio de casos. El análisis de la experiencia chilena y mundial, basado en valores universalmente compartidos, permite un nivel de preparación, que debe capacitar al futuro profesional para enfrentar las emergencias que se le presentan en el día a día. El desarrollo tecnológico –la computación e Internet, especialmente- ha creado nuevas complejidades en el ejercicio profesional que obligan a una toma de conciencia organizada de manera sistemática, siguiendo en lo posible, la actualidad noticiosa.

Lo anterior requiere complementariamente del conocimiento de la legislación vigente en Chile que afecta el ejercicio del periodismo. Se contempla el análisis de las disposiciones principales de la llamada Ley de Prensa y su fundamento teórico, tanto en la Constitución chilena como los tratados internacionales aplicables en nuestro país.

OBJETIVOS

Objetivo general.

Entregar, a través del estudio de casos, antecedentes y experiencias, que permitan a los estudiantes poner en juego su propio criterio ético, junto con el conocimiento de las herramientas que le faciliten el análisis y solución de los problemas éticos propios del ejercicio profesional.

Familiarizar al alumno con el marco jurídico en que se desenvuelve la profesión periodística, en especial la llamada Ley de Prensa. Orientarlo respecto de las situaciones legales que deberá enfrentar y, en especial, acerca de sus derechos y deberes como periodista.

Objetivos específicos

Conocer los fundamentos de la ética periodística y su relación con la libertad de expresión y de prensa.

Manejar la metodología del análisis de casos.

Manejar con propiedad los términos básicos de la legislación referida al periodismo y la libertad de prensa.

Conocer los fundamentos de la Ley de Prensa y sus principales disposiciones.

CONTENIDOS

UNIDAD I:

Introducción: la ética periodística como una aplicación específica de la ética general

Principios básicos: búsqueda de una base valórica común (el método del Dr. Kidder).

Ética personal y Ética profesional

Principales valores comprometidos en el proceso informativo: libertad de expresión, derecho a la información, verdad informativa. Dignidad humana.

UNIDAD II:

El desafío de la realidad en los medios.

Algunos temas fundamentales:

2.1. Honor, honra y fama.

2.2. Vida íntima, vida privada y vida pública.

2.3. Métodos para obtener información: las nuevas tecnologías.

2.4. La relación con las fuentes: el secreto periodístico y el conflicto de intereses.

2.5. La acuciosidad como problema ético

2.6. La protección de los menores

2.7. Nociones de ética publicitaria. El periodista y la publicidad.

UNIDAD III:

Diferentes formas de regulación de la ética profesional

3.1. Los códigos de ética. El Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile.

3.2. Los consejos de ética. El Consejo de Ética de los Medios de Comunicación de Chile. El Tribunal del Colegio de Periodistas de Chile.

3.3. El ombudsman como contralor ético interno.

3.4. La censura, la autocensura y otras formas de control forzado.

UNIDAD IV:

Problemas específicos de ética informativa: introducción al estudio de casos.

UNIDAD V

5.1.- Introducción general a la legislación. Las leyes relativas a la Prensa: marco jurídico de la libertad de expresión y funcionamiento de los medios de comunicación.

5.2.- Historia de la legislación: avances y retrocesos de la libertad de expresión. La Declaración de 1789, la Declaración Unbiversal de 1948. Los principios Interamericanos.

5.3.- El Derecho Público a la Información. La Libertad de Expresión: de información y de opinión, como elementos básicos de los derechos democráticos.

UNIDAD VI

La ley de prensa de Chile. Principales disposiciones.

METODOLOGÍA

El curso se desarrollará fundamentalmente sobre la base del análisis de casos éticos, para lo cual se hará primero una presentación de la metodología, luego se hará en común el análisis de un caso especialmente importante y, finalmente –luego de una revisión de la actualidad- se asignarán casos que se consideren más significativos para que sean analizados en grupo por los estudiantes. Cada grupo deberá hacer una presentación al final del semestre ante el resto del curso.

La prueba solemne consistirá en la presentación de una investigación personal sobre un caso específico que deberá inscribirse previamente.

Habrà un control escrito y otro oral sobre la ley de Prensa y un control escrito (comentario) sobre un texto de la bibliografía fijado de común acuerdo).

EVALUACION

PRESENTACIÓN EN GRUPO

20 POR CIENTO

CONTROL DE LECTURA

20 POR CIENTO

CONTROL ESCRITO (LEY DE PRENSA)	10 POR CIENTO
CONTROL ORAL (LEY DE PRENSA)	20 POR CIENTO
PRUEBA SOLEMNE	30 POR CIENTO

BIBLIOGRAFIA

- *La Ética periodística en el nuevo milenio. Estudio de casos en una perspectiva latinoamericana. Varios autores. Louisiana State University /Universidad Diego Portales, Editorial Cuarto Propio. Santiago 2001.
- *Código de Ética. Colegio de Periodistas de Chile.
- *Fundamentos de la Ética periodística. Miguel González Pino. Textos de Docencia Universitaria. U. Diego Portales.2001.
- *Información y Ética. Resumen de Fallos y Dictámenes del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación, 1992-2001. Santiago, 2002. Archi-ANP-Anatel.
- *Reflexiones Académicas N° 8. Rushworth Kidder: "Al descubrimiento de nuestros valores compartidos". Ver también: "El barómetro del Dr. Kidder".
- * Ley N°. 19.733: Sobre libertades de opinión e información y ejercicio del Periodismo.
- *El derecho de acceso a información pública, Centro de Investigaciones Jurídicas, Universidad Diego Portales, 1999, Ciro Colombara López y Juan Pablo Olmedo Bustos. "La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas". Centro de estudios Constitucionales, Madrid, 1994.
- "Concepciones políticas y jurídicas de la Información", Jacques Léauté, Ciespal, Quito, 1969.
- "Constitución Política del Estado", (actualizada hasta 2005).

INTERNET:

- *Consultorio de Etica de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales:
<http://www.udp.cl/comunicacion/periodismo/consultorioetica/index.htm>
- *Organización de Ombudsman ONO <http://www.newsombudsmen.org> Contiene información y artículos de la organización de ombudsman de la prensa.
- *Consejo de Ética de los Medios (Chile): http://www.anp.cl/p4_anp/stat/fset/consejo/index.html
- *Instituto Poynter <http://www.poynter.org/research/me.htm> Artículos y casos de ética periodística.
- *Colegio de Periodistas de Chile: Código y Tribunal de Ética:
http://www.colegiodeperiodistas.cl/Etica_.htm

V.10. UNIVERSIDAD DE CHILE (Santiago). **Ética y Tratamientos Periodísticos**. Ppres. Gustavo Glez/F. Zerán, M^a Olivia Mönckeberg (Fecha documento: 6-7-07)



ESCUELA DE PERIODISMO

PROGRAMA DE ESTUDIO

Nombre de la actividad curricular

Ética y Tratamientos Periodísticos

Tipo de actividad curricular

Obligatoria, con un mínimo de 90% de asistencia.

Área de formación de la actividad curricular

Especializada

Prerrequisitos

No tiene prerrequisitos

Ubicación dentro del plan de estudio (Año y Semestre)

2007, Primer semestre

Maestro Profesor Gustavo Glez, Universidad Diego Portales, Santiago, 2008

Horas semanales de docencia supervisadas	3
Horas semanales supervisadas de laboratorio, práctica, internado, taller u otros	3
Horas semanales de dedicación del alumno	4
Créditos	10

Objetivos de la actividad curricular

Analizar y debatir acerca de la figura y el rol del periodista y del comunicador en la sociedad contemporánea. Conocer el contexto del periodismo en Chile y el mundo. Entregar los fundamentos de la ética periodística, la libertad de expresión y los derechos y deberes del periodista en una sociedad democrática. Analizar y discutir acerca de la relación del periodista y sus fuentes. Introducirlos y ejercitarlos en conceptos como noticia, géneros y técnicas de la narración periodística. Reforzar el hábito de la lectura de libros y de la prensa escrita y audiovisual que contribuya a la figura de un profesional bien informado y con capacidad de reflexión. Una vez concluido este curso los alumnos habrán desarrollado diversas competencias en los ámbitos aquí expuestos, siendo éste uno de los pilares básicos que se extenderá durante toda su formación.

Al finalizar este curso el estudiante deberá:

- Lograr las destrezas suficientes para iniciar el desarrollo de un trabajo periodístico, basado en la ética, en la rigurosidad profesional y en el rol público del periodista. Y tener un amplio dominio de lo que significan la libertad de expresión y el derecho a la información de los ciudadanos.
- Conocer los principios básicos que rigen la labor del periodista y adquirir la capacidad de observar los hechos periodísticos dentro de las complejidades de la sociedad actual.
- Conocer los principales hitos históricos, antecedentes y proyecciones del periodismo.
- Tener un punto de vista propio frente a cada uno de los hechos periodísticos y sociales que rodeen su futuro trabajo profesional.
- Ser capaz de jerarquizar ideas y de expresarlas a través de un texto claro y preciso.
- Reconocer la integración y complementación de roles requeridos para el trabajo grupal.

Métodos de enseñanza-aprendizaje que serán usados en la actividad curricular

- 1.- Exposiciones de las profesoras Faride Zerán y María Olivia Mönckeberg dirigidas a entregar marcos teóricos de la cátedra de Ética y Tratamientos Periodísticos.
- 2.- Trabajos prácticos de actualidad y profundización de contenidos de la cátedra a cargo de Cristian Cabalin.
- 3.- Introducción a la historia del periodismo, a cargo de José Miguel Labrín.
- 4.- Ejercicios de destreza narrativa y comprensión de lectura.

Métodos de evaluación

- 1.- Tres pruebas parciales semestrales. El promedio de estas calificaciones corresponderá al 60% de la nota final del curso.
- 2.- Trabajos prácticos de redacción y controles de actualidad. El promedio de estas calificaciones corresponderá al 40% de la nota final del curso.

Bibliografía mínima obligatoria

Bibliografía

Barrera, Carlos. "Historia Universal del Periodismo". Ariel Comunicación, 2004.
 Blanco, Guillermo. "El Joder y la Gloria". Planeta, 1997.
 Capote, Truman. "A sangre fría". Planeta. 1994.
 Correa Sutil, Sofía y otros. "Historia del siglo XX". Sudamericana, 2001.
 Eco Humberto. "Cinco Escritos Morales". Lumen, 1998.
 Fazio, Hugo y otros. "El Poder de los Grupos Económicos". Lom ediciones, 2004.
 García Márquez, Gabriel. "Noticia de un Secuestro". Nuevas Ediciones. 1996.
 Hobsbawm, Eric. "Historia del Siglo XX". Editorial Grijalbo Mondadori, Madrid. 1999.
 Kapuscinski, R. "Los Cinco Sentidos del Periodismo". Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.
 Lemebel Pedro. "La esquina es mi Corazón. Crónica Urbana". Cuarto Propio. 1995.
 Mönckeberg, María Olivia. "El Saqueo de los Grupos Económicos al Estado de Chile". Planeta, 2001.
 Sunkel, Guillermo. "Narrativas Periodísticas y Escándalos Políticos". Instituto de la Comunicación e Imagen. 2005.
 Tabucchi, Antonio. "La Cabeza Pérdida de Damasceno Monteiro". Anagrama, 1997.
 Taufic, Camilo. "La Autorregulación del Periodismo, manual de Ética Periodística Comparada". Edición de Observatorio de Medios Fucatel, 2005.
 "Treinta Veces Libertad". Instituto de la Comunicación e Imagen. 2005.
 Vázquez Montalbán, Manuel. "Historia y Comunicación Social". Mondadori, 1985.

Filmografía**Bowling for Columbine**

Dirección: Michael Moore.

Países: EE.UU. y Canadá.

Año: 2002.

Duración: 123 min.

Buenas Noches, y Buena Suerte (Good night, and good luck)**Dirección: George Clooney.**

País: EE.UU.

Año: 2005.

Duración: 93 min.

El Escándalo de Larry Flynt (The People vs. Larry Flynt)

Director: Milos Forman

País: EE.UU.

Año: 1996

Duración: 125 min.

El Informante (The Insider)

Dirección: Michael Mann

País: EE.UU.

Año: 1999

Duración: 155 min.

Estadio Nacional

Dirección: Carmen Luz Parot

País: CHILE

Año: 2002

Duración: 90 min.

Piel de Jaguar

TVN

País: Chile

Año: 2006

Duración: 90 min.

Truman Capote (Capote)

Dirección: Bennett Miller.

País: EE.UU.

Año: 2005.

Duración: 110 min.

Programación lunes, 2007

Fecha	Tema Sesión
12 de marzo	Presentación del curso
19 de marzo	Debate figura del periodista Prueba de Actualidad
26 de marzo	Elementos de la Noticia (Veracidad, objetividad) Prueba de Actualidad
2 de abril	Construcción de la Noticia Prueba de Actualidad
9 de abril	Prueba de Cátedra
16 de abril	Ética Comparada, libertad de expresión en Chile Prueba de Actualidad
23 de abril	Código de ética periodística Prueba de Actualidad
30 de abril	Introducción a la obra “A Sangre Fría” Prueba de Actualidad
7 de mayo	Textos de Ramonet y Eco acerca de la prensa Prueba de Actualidad
14 de mayo	Prueba de Cátedra
21 de mayo	Feriado
28 de mayo	Noticia de un Secuestro. Nuevo Periodismo Prueba de Actualidad
4 de junio	Nuevo Periodismo
11 de junio	Prueba de Cátedra Prueba de Actualidad
18 de junio	Jerarquización y Análisis de la Información

	Prueba de Actualidad
25 de junio	Resumen de las materias tratadas
	Término de clases

Programación martes, 2007

Fecha	Tema Sesión
13 de marzo	Semana Mechona
20 de marzo	Presentación del curso
27 de marzo	Democracia y Periodismo
3 de abril	Rol social del Periodista
10 de abril	Construcción de la Noticia
17 de abril	Historia del Periodismo
24 de abril	Redacción Periodística
1 de mayo	Feriado
8 de mayo	Historia del Periodismo
15 de mayo	Géneros Periodísticos
22 de mayo	Historia del Periodismo
29 de mayo	Nuevo Periodismo
5 de junio	Historia del Periodismo
12 de junio	Redacción Periodística
19 de junio	Trabajo recuperativo
26 de junio	Término de clases

Programación viernes, 2007

Fecha	Tema Sesión
16 de marzo	Semana Mechona
23 de marzo	Presentación del curso
30 de marzo	Democracia y Periodismo
6 de abril	Feriado
13 de abril	Rol social del Periodista
20 de abril	Historia del Periodismo
27 de abril	Redacción Periodística
4 de mayo	Historia del Periodismo
11 de mayo	Construcción de la Noticia
18 de mayo	Historia del Periodismo
25 de mayo	Géneros Periodísticos
1 de junio	Historia del Periodismo
8 de junio	Nuevo Periodismo
15 de junio	Redacción Periodística
22 de junio	Trabajo recuperativo
29 de junio	Término de clases

V.11. UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO (Santiago). **Ética Profesional**. Pfra. Ma. Asunción Lavín (Fecha documento: 29-11-07)

CURSO DE ÉTICA PROFESIONAL

CARRERA: Periodismo
 ASIGNATURA: Ética profesional
 SESIONES: Semestral

OBJETIVO GENARAL:

El curso pretende que los alumnos reflexionen y se cuestionen acerca de la ética periodística con el fin de mejorar su actuar ético personal y profesional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Reconocer la normativa relativa al periodismo

Aplicar estas normas y criterios de juicio tanto en su vida diaria (personal) como laboral.

CONTENIDOS:

Manifiesto Europeo de la Prensa. Universidad Complutense de Madrid, 2008

- Deontología; conceptos
- La profesión de periodista
- Deberes y derechos en el ejercicio de la profesión
- Campos de la información: intimidad, honor y fama, la polémica, el secreto profesional, sensacionalismo y pornografía.
- Campos límites con la información: publicidad, relaciones públicas, propaganda y manipulación.
- Doctrinas sobre la información: estudio comparativo de los códigos profesionales
- Código de ética del colegio de periodistas
- Consejo de ética de los medios de comunicación
- El ombudsman

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS:

- Clases teóricas
- Debates grupales
- Análisis de casos

BIBLIOGRAFÍA

- “PROBLEMAS MORALES DE LA EXISTENCIA HUMANA”

Rafael Gómez Pérez
Editorial Magisterio Español
Madrid, 1981

-“PERIODISMO Y ÉTICA : TEMAS ACTUALES”

Mario Urzúa Aracena
Centro de Estudios Bicentenario
Santiago, 2005

-“LOS FUNDAMENTOS DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA”

Miguel González Pino
Textos de Docencia Universitaria
Facultad de Ciencias de la Comunicación

-“CUADERNOS DE INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA”

V.12. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE (Santiago). **Ética Periodística**. Pfra. María Elena Gronemeyer. (Fecha documento: 5-6-07)

Curso
Sigla
Horario, sala
Profesora

Ética Periodística
COM 019P sección 1
W-V:2, COM 103
María Elena Gronemeyer mgronemeyer@uc.cl

1. Objetivo general

El alumno conocerá los principios éticos que orientan su profesión y será capaz de debatir en torno a dilemas éticos y de discernir y optar por soluciones adecuadas a un trabajo periodístico socialmente responsable y relevante.

2. Objetivos específicos

- a) Que el alumno conozca el fin del periodismo, la evolución que ha experimentado el periodismo hasta llegar a definir ese fin y los valores de la profesión en que se sustenta ese fin.
- b) Que el alumno conozca aquellos ámbitos en que se suelen producir con mayor frecuencia dilemas éticos en el periodismo y los principios éticos que se ven involucrados en ellos.
- c) Que el alumno sea capaz de debatir en torno a casos que presentan dilemas éticos y opte por soluciones sustentadas en los principios éticos de la profesión.
- d) Que el alumno identifique diferentes aproximaciones éticas y sepa en cuál de ellas está sustentándose al momento de tomar sus decisiones éticas.
- e) Que el alumno conozca los agentes que inciden en un ejercicio ético de su profesión (relación con las fuentes, la empresa periodística, la sociedad cívica o audiencias).

3. Contenidos y bibliografía

Tema	Bibliografía
Fin de la ética aplicada Actitudes del periodista que contribuyen	

al discernimiento ético	
Fin del periodismo (objeto de la información)	Desantes, José María (1988). "El deber profesional de informar", pp. 9-48
Desarrollo histórico	Soria, Carlos (1989). <i>La crisis de identidad del periodista</i> . "La información le pertenece al público", pp. 9-26
Libertad de expresión	Mill, John Stuart (1859). <i>Sobre la Libertad. El Utilitarismo</i> . "De la libertad de pensamiento y de discusión", pp. 36-44, 52-70.
Derecho a la información	Traducción de parte del informe de The Commission on Freedom of the Press (Comisión Hutchins), <i>A Free and Responsible Press</i> , Chicago, 1947. (En la versión inglesa, pp.v-ix, 1-29, 107-133).
Autorregulación	Aznar, Hugo (1999). <i>Ética y Periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación</i> . "La autorregulación de los medios", 29-60.
Verdad informativa	Desantes, José María (1976). <i>La verdad en la información</i> . "Realidad, verdad y objetividad en la información", pp. 23-43.
Actitud de objetividad versus objetivismo	Galdón López, Gabriel (1992). "Los efectos desinformativos del periodismo objetivista", pp. 343-359. En <i>Estudios en honor de Luka Brajnovic</i> , Eunsa. Pamplona, España
Objetividad en el proceso informativo: selección, reporte, presentación, rectificación, réplica	Rozas, Eliana (1997). "La selección noticiosa, entre la importancia y el interés". En <i>Cuadernos de Información</i> N°12, UC, pp.20-32
Derecho a honor y honra	Soria, Carlos (1997). <i>El laberinto informativo: una salida ética</i> . "Informar con honor: el desafío", pp. 109-120
Derecho a intimidad y vida privada	Soria, Carlos (1997). <i>El laberinto informativo: una salida ética</i> . "La información de lo público, lo privado y lo íntimo", pp. 101-107 Thompson, John B. (2003). <i>Estudios Públicos</i> , Santiago, Chile. "La transformación de la visibilidad", 273-296.
Derecho a la propia imagen	Rozas, Eliana (1997). <i>Cuadernos de Información</i> N°12. "Periodismo y propia imagen: el otro como tema", pp. 70-78.
Tratamiento de menores	
Crónica policial y periodismo de denuncia	Soria, Carlos (1997). <i>El laberinto informativo: una salida ética</i> . "Fundamentos éticos de la presunción de inocencia o la legitimidad del periodismo de denuncia", pp. 171-191
Reforma Procesal Penal	Gronemeyer, María Elena (2005). "La justicia en pantalla", en <i>Cuadernos de Información</i> N°18, pp.48-55, Escuela de Periodismo UC
Sensacionalismo: Dolor, violencia, sexo	Terrasa, Eduardo (1994). <i>Comunicación y Sociedad</i> Vol VII, N°2. "La información sobre el dolor: una reformulación de términos", pp. 165-172.
Infotainment	
Secreto profesional: <i>off the record</i> , fuente anónima, embargo	Filippi, Emilio (1991). <i>La profesión de periodista (una visión ética)</i> . "El secreto profesional", pp. 234-253
Relación periodista/ fuente	
Relación periodista/RR.PP. y publicidad	
Relación periodista/empresa informativa	Soria, Carlos (1997). <i>El laberinto informativo: una salida ética</i> . "Enfermedades síquicas de la ética de las empresas informativas", pp. 47- 67 Cortina, Adela. "Ética de la empresa informativa". http://www.audiovisualcat.net/publicacions/Q6etica.pdf
Relación periodista/entorno (fenómeno Internet, <i>blogs</i>)	

4. Metodología

Estudio y discusión de casos, exposición de investigaciones y debates de los alumnos, clases expositivas teóricas, discusión de lecturas obligatorias.

5. Evaluación

Prueba escrita 1: (textos, material de clases y casos)	20%
Investigación personal y presentación: (teoría y casos)	20%
Investigación grupal y presentación: (teoría y casos)	20%
Examen oral: viernes 1 de diciembre (acumulativo)	40%

Exigencias para el examen:

- Nota de presentación mínima 4.0
- Examen reprobatorio (con menos de 4.0 en el examen se reprueba el ramo)

V.13. UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL (Santiago). **Ética III**. Pfra. Montserrat Salvat L. (Fecha documento: 22-1-08)

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL
ESCUELA DE PERIODISMO
ÉTICA III

Programa

Profesora: Montserrat Salvat L.

Objetivos

1. Explicar la necesidad de contar con una ética propia del quehacer periodístico.
2. Valorar la profesión y entender la importancia de entregar un producto de calidad en lo formal y lo sustancial.
3. Entregar pautas que permitan discernir y adelantar los posibles conflictos en el campo laboral.

Temas del curso

I Semestre

1. La profesión periodística:
 - a. Reseña de esta actividad
 - b. Estatuto profesional (profesión versus oficio)
 - c. Validación del periodismo en la sociedad
2. La necesidad ética:
 - a. Nociones básicas: verdad, objetividad, honestidad.
 - b. Concepto de deontología
 - c. Exigencias propias de una ética periodística
 - d. Diversas nociones sobre la verdad y la posibilidad de establecer una ética para todos los profesionales de la información.
3. Las principales faltas éticas en los medios
 - a. Causas
 - b. Sensacionalismo concepto, temas que trata, recursos que utiliza)
 - c. Invasión a la vida privada y / o íntima
 - d. Daño al honor y a la honra
 - La injuria y la calumnia
 - La difamación
 - Derecho a la propia imagen
 - e. La telebasura
 - f. Los denominados "campos magnéticos"
 - g. Procedimientos ilícitos
 - h. Particularidades de cada medio respecto de la deontología

II Semestre

4. El sentido de la libertad en el periodismo:
 - a. La libertad de expresión: derechos y deberes
 - b. Niveles de la libertad de expresión (DD.HH., constitucionales, leyes especiales, prácticas).
 - c. La recta y verdadera conciencia
 - d. Definición de libertad de expresión
 - e. Situación en Iberoamérica.
5. Legislación y normativas
 - a. Regulación intrínseca y extrínseca
 - b. Los códigos
 - c. Secreto profesional y cláusula de conciencia
 - d. Organismos regulatorios (C. de Periodistas, CNTV, Consejo de Ética de los MCS)
6. El desafío terrorista
 - a. Reseña y mecanismos mediáticos de los grupos
 - b. Vicios periodísticos

- c. Pautas para de comunicar esta realidad
- 7. El "periodista funcionario"
 - a. Nuevos campos de ejercicio (prensa, relaciones públicas, imagen corporativa)
 - b. Relación entre reportero y encargado de comunicaciones
 - c. Conceptos de noticia disímiles

Evaluaciones

I Semestre

1 control de lectura	40%
1 prueba solemne (materia y artículos)	50%
Trabajos prácticos	10%

II Semestre

2 controles (materia y lectura)	50%
1 trabajo (carpeta semestral)	40%
Trabajos prácticos	10%
Entrega de carpeta martes 5 de noviembre, en horario de clases.	

Reglas generales

1. La asistencia requerida para tener derecho a examen es del 70%.
2. Los trabajos prácticos sólo serán recibidos durante la hora de clases, no por correo electrónico. No son recuperables.

Bibliografía

- Blázquez, Niceto, Ética y medios de comunicación, BAC, Madrid, 1994.
- Bonete Perales, Enrique, ed., Ética de la comunicación audiovisual, Tecnos, Madrid, 1999.
- Brajnovic, Luka; Deontología periodística, Euns, Pamplona, 1978.
- Desantes Guanter, José María; Información y Derecho: la identidad del informador frente al derecho a la Información, Escuela de Periodismo PUC, Santiago, 1990.
- Desantes Guanter, José María, Periodismo y Ética, Santiago de Chile, 1985.
- Soria, Carlos; El laberinto informativo: una salida ética, Euns, Pamplona, 1997, 270 pág.
- Soria Carlos; La crisis de identidad del periodista, Mitre, Barcelona, 1989.
- Soria, Carlos, Prensa, paz, violencia y terrorismo: la crisis de credibilidad de los informadores, Euns, Pamplona, 1987.
- Urzúa, Mario; Periodismo y Ética, temas actuales, Centro de Estudios Bicentenario, Santiago, 2005.

V.14. UNIVERSIDAD MAYOR DE CHILE (Santiago). **Deontología Periodística**. Pfr. José Miguel Labrin Elgueta. (Fecha documento: 3-5-08)

PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA

(Art. 25° Reglamento de Estudiantes)

CARRERA	Periodismo	AÑO/SEMESTRE	Otoño 2005
ASIGNATURA	Deontología Periodística	CÓDIGO/SECC.	tLPE131
ÁREA		BLOQUE	Bachiller
PRE-REQUISITOS		CÓDIGO	
		CÓDIGO	
EQUIVALENCIA (otros Planes Estudio)		CÓDIGO	
		CÓDIGO	

PROFESOR (ES)	MG © José Miguel Labrin Elgueta
AYUDANTE (S)	

DISTRIBUCIÓN DE HORAS (según Plan de Estudio N°)

Cátedra	Ayudant.	Laborat.	Taller	Teórico /	Trabajo	HORAS	Créditos
---------	----------	----------	--------	-----------	---------	-------	----------

				Práctico	Práctico	TOTAL	ECTS
36						36	

RÉGIMEN DE ASISTENCIA (Mínimo Exigido Art. 18º)	70%
--	------------

I. COMPETENCIAS DEL PERFIL PROFESIONAL ASOCIADAS A LA ASIGNATURA

Comprende su quehacer profesional como una fuente de mediación en los procesos comunicativos, sociales y culturales de su entorno.

II. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Deontología periodística es una asignatura de carácter teórico / reflexiva, que introduce a los alumnos en los dilemas que tanto en el plano del “deber ser” y del “modo de hacer” disciplinario, tensan el ejercicio periodístico. En este sentido la asignatura traslada la discusión profesional a un sentido formativo, poniendo al alumno en escenarios donde las decisiones editoriales deben ser coherentes con las demandas ciudadanas de fiscalización y control público, pero dentro del marco de la legalidad y el dominio ético.

III. DESCRIPTORES DE LA ASIGNATURA

Ética Periodística/ Responsabilidad Social

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS AL TÉRMINO DE LA ASIGNATURA (LOGROS)

4.1. Conceptuales o Cognitivos

- Comprende la dimensión ética y la deontológica como ejes fundantes de toda labor periodística.
- Reconoce situaciones donde se debate el ejercicio periodístico desde de criterios deontológicos y éticos.
- Analiza sistemáticamente escenarios posibles de dilemas éticos y deontológicos.

4.2. Procedimentales o Instrumentales

- Toma decisiones editoriales acordes a la deontología periodística.
- Ajusta la investigación periodística a criterios éticos
- Traslada los fundamentos deontológicos al reporteo cotidiano

4.3. Actitudinales o Valóricos

- Se apropia de los principios centrales del deber de la prensa
- Aprende a respetar los códigos de ética y deontológico en su profesión.
- Valora y respeta el pluralismo informativo.

V. CONTENIDOS PARA EL LOGRO DE APRENDIZAJES ESPERADOS

El cuarto poder y la credibilidad pública. Los ciudadanos y su demanda por una deontología periodística.

¿Qué es un mensaje ético?. La necesidad de un periodismo plural y diverso: una demanda para el ejercicio de la profesión. Diferencias entre deontología, moral, ética. La búsqueda del límite: los cambios del ejercicio periodístico en las dos últimas décadas.

La responsabilidad ética y social como campo de la deontología

Los medios como una empresa con responsabilidades. Elementos conceptuales y teóricos para el análisis. Los medios y su diversificación, nuevos desafíos para la deontología. Deontología y derechos, principios de la empresa socialmente responsable

De la filosofía ética a la deontología periodística.

Bases antropológica de las deontologías. Teleologismo y deontologismo: su incidencia en el periodismo. El periodista como sujeto ético.

Análisis deontológico del ejercicio periodístico. Estudio de casos.

Deontología y praxis en situaciones de conflicto. Reflexión y crítica de los casos: Lavandero, Bueno, Calvo, Spiniak. La denuncia y fiscalización puesta en juego. Control social de la prensa.

Práctica periodística y escenarios de tensiones éticas y deontológicas.

Los alcances del Secreto profesional y cláusula de conciencia. Uso de la palabra e imagen. Derecho a réplica y rectificación. Información e intimidad, tratamiento de la mentira, violencia e imagen, periodismo y terrorismo. Libertad de información y libertad de comunicación. Estudios de casos y propuestas de trabajo.

Ética y medios, cambios y mutaciones en la era multimedial.

Nuevas estructuras éticas en la prensa: ombudsman del lector, concejos ciudadanos de la prensa, manuales de estilo y tratamiento. Los desafíos de la internet y la descentralización de la información.-

VI. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA

Trabajos Grupales.

Trabajo en aula con metodologías cooperativas : Pequeños grupos de discusión y Grupo de Expertos

Role Playing

Análisis de casos
Exhibición de filmes y análisis de contenido

VII. ACTIVIDADES DE LOS ALUMNOS

- Lectura sistemática de bibliografía minina, pertinente para cada contenido tratado y señalada por el profesor en clase.
- Seguimiento de prensa, con construcción de carpetas, de casos escogidos, a nivel individual como grupal.
- Revisión semanal de prensa escrita y digital
- Preparación de argumentaciones de decisiones editoriales individuales y grupales, para su defensa.

VIII. EVALUACIÓN

TIPO	TÉCNICA	% POND.	FECHA
Formativas	Ensayo sobre bibliografía entregada	20%	21/04
Formativa	Aplicación de conceptos estudiados en el análisis de la película "Ausencia de Malicia" de Sidney Pollak. Informe Individual escrito.	15%	05/05
Formativa	Informe de seguimiento a caso a estudiar, con análisis descriptivo	20%	2/06
Formativa	Informe propositivo grupal del caso estudiado, con recomendaciones de nuevo tratamiento periodístico, con exposición oral frente a comisión	25%	16/06
Formativas	Análisis de caso individual en alguna temática estudiada (prensa y terrorismo, intimidación y vida pública, periodismo y diversidad, entre otros)	20%	30/06
		=	100 %
EXAMEN (sumativa)	Examen oral individual. Cada alumno seleccionará al azar una eventual situación de conflicto deontológico y deberá integrar los contenidos proponiendo decisiones editoriales.		

IX. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Formato: APELLIDOS, NOMBRE AUTOR. (Fecha). Título, Editorial o Revista, Ciudad o País de Publicación		
-	BLAZQUEZ, N	Ética y medios de comunicación Biblioteca de autores cristianos, Madrid, 1994
-	BONETE, E.	Éticas de la Información y Deontología del Periodismo
-	CORTINA, A.	10 Palabras clave en ética Editorial Verbo Divino, Madrid, 1995
-	FARÍAS, P.	Libertades Públicas e Información
-	-HEVIA, R.	La palabra pública. Ética y periodismo San Pablo, Santiago 1994
-	MIFSUD, T.	Propuestas éticas hacia el siglo XXI San Pablo, Santiago, 1993
-	MURARO, H	Políticos, periodistas y ciudadanos FCE, Buenos Aires, 1998.
-	SÁNCHEZ, J.	Críticas de la Seducción mediática
-	URIBE, H.	La invisible mordaza. Santiago, Cuarto Propio, 1999.
-	VIRILIO, P	Un paisaje de acontecimientos. Paidós, Buenos Aires 1997

X. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA Y PAGINAS WEB

Formato: APELLIDOS, NOMBRE AUTOR. (Fecha). Título, Editorial o Revista, Ciudad o País de Publicación	
BETTETINI Y FUMAGALLI	Lo que queda de los Medios. Ideas Para Una Ética de la Comunicación Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2001
APEL, CORTINA, DE ZAN, ET AL	Ética Comunicativa y Democracia. Editorial Crítica, 1991, Barcelona, España.
CÓDIGOS ÉTICOS Y DEONTOLÓGICOS:	
DECLARATION OF PRINCIPLES ON THE CONDUCT OF JOURNALISTS, Second World Congress of the International Federation of Journalists at Bordeaux on 25-28 April 1954 and amended by the 18th IFJ World Congress in Helsingör on 2-6 June 1986.	
INTERNATIONAL PRINCIPLES OF PROFESSIONAL ETHICS IN JOURNALISM (UNESCO)	

Ambos en <http://www.al-bab.com/media/docs/intcodes.htm#fed>

CODIGOS ÉTICOS DE PERIODISTAS DE ESPAÑA, FRANCIA, BRASIL, ARGENTINA, ENTRE OTROS, EN:

http://www.pressnetweb.com/RECURSOS_PERIODISTICOS/ETICA_PERIODISTICA/CODIGOS_ETICOS_DEL_PERIODISMO_Y_LOS_MEDIOS_DE_COMUNICACION/EUROPA_CODIGOS_ETICOS/etica_periodismo_deontologia_codigos_eticos_europa_2.htm#Espana_Codigo_Etico

CODIGO DE ETICA DEL COLEGIO DE PERIODISTAS DE CHILE. En www.colegiodeperiodistas.cl

LEY DE PRENSA NÚM. 19.733 SOBRE LIBERTADES DE OPINIÓN E INFORMACIÓN Y EJERCICIO DEL PERIODISMO

PROYECTO DE LEY SOBRE PROTECCIÓN CIVIL AL HONOR Y LA INTIMIDAD DE LAS PERSONAS.

EL PAÍS. LIBRO DE ESTILO. MADRID: EDICIONES EL PAÍS, 81991.

XI. SALIDAS A TERRENO

SALIDA N°: 1	LUGAR POSIBLE:	FECHA ESTIMADA:
APRENDIZAJES ESPERADOS:		
EVALUACIÓN:		

SALIDA N°:	LUGAR POSIBLE:	FECHA ESTIMADA:
APRENDIZAJES ESPERADOS:		
EVALUACIÓN:		

Firma Profesor

V° B° Dirección Escuela

Sr. (a) Académico (a):

Recuerde que la Planificación de la Asignatura es un instrumento pedagógico útil para el aprendizaje de sus alumnos, ya que les permite saber qué es lo que Ud. espera que ellos aprendan a lo largo del curso y el aporte que éste hace en la adquisición de las Competencias propias de la Universidad Mayor y la Carrera para la cual se forma. Es por ello, que el Art. 25° del Reglamento de los Estudiantes estipula que esta Planificación debe ser entregada a sus alumnos en la primera semana de clases.

D.G.A./D.R.A.

V.15. UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS (Santiago). **Deontología de la Información.** Pfr. Pedro Anguita. (Fecha documento: 8-1-08)



ESCUELA DE PERIODISMO

PROGRAMA DE ASIGNATURA

I. ANTECEDENTES GENERALES

CARRERA	: PERIODISMO
ASIGNATURA	: DEONTOLOGIA DE LA INFORMACION
CÓDIGO	: DEIPB08
PRERREQUISITOS	: DERECHO DE LA INFORMACION
RÉGIMEN	: SEMESTRAL
CARÁCTER	: OBLIGATORIO
DURACIÓN	: 72 HORAS
CRÉDITOS	: 8
FECHA	: ENERO 2004

II. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Curso Deontología de la Información introduce al alumno en el manejo y adscripción a principios orientadores básicos del actuar profesional, con especial apego a una visión trascendente del actuar humano en el ejercicio de una profesión.

III. OBJETIVOS

GENERALES:

Deducir e identificar los problemas éticos fundamentales de la acción humana en su aplicación sobre el actuar comunicacional de los medios y los informadores.

ESPECÍFICOS:

Conocer y comprender los principios orientadores básicos de la Deontología de la Información como ciencia de la información práctica.

Identificar y aplicar a casos concretos del quehacer profesional el conocimiento contenido en códigos éticos de la especialidad.

Juzgar por sus causas aplicando criterios de orden moral al conocimiento de comportamientos profesionales específicos.

IV. UNIDADES TEMÁTICAS

- 1.- La profesión y el profesional como objeto de estudio (10 horas)
- 2.- Información y contenidos deontológico (30 horas)
- 3.- Deberes de la profesión informativa (32 horas)

DESGLOSE DE UNIDADES

UNIDAD 1: La profesión y el profesional como objeto de estudio

Duración: 10 horas

Contenidos:

- a) Ámbito de la ética profesional, la profesión como objeto de estudio de la antropología filosófica práctica
- b) La información y la ética
- c) La deontología periodística
 - c.1.- Orígenes de la deontología del Periodismo
 - c.2.- Autonomía y autodisciplina de las profesiones informativas
 - c.3.- Elaboración y aplicación de las reglas deontológicas
 - c.4.- ¿quién y cómo se controla la ética de los periodistas?
 - c.5.- El periodista y la empresa informativa
 - c.6.- Ética de la información y conciencia profesional

UNIDAD 2: Información y contenidos deontológicos

Duración: 30 horas

Contenidos:

- a) El derecho a la información y el deber de informar
 - a.1.- El sujeto del derecho a la información
 - a.2.- El derecho a la información como condicionante del deber de informar.
 - a.3.- El acto informativo como acto de justicia
- b) Los deberes previos al acto informativo
 - b.1.- Características generales de la teoría de los deberes.
 - b.2.- El deber de autoevaluación
 - b.3.- El deber de formación
 - b.4.- El derecho a ser formado
- c) Características de la formación ética del informador
- d.- La objetividad informativa, la verdad y el criterio ético del informador
 - d.1.- ¿qué es la objetividad?
 - d.2.- El sentido actual de la objetividad en el periodismo
- e.- Las lealtades y las limitaciones en la publicación de la información
 - e.1.- Las lealtades internas
 - e.2.- Las limitaciones externas

UNIDAD 3: Deberes de la profesión informativa

Duración: 32 horas

Contenidos:

- a) Campos magnéticos de la profesión informativa
- b) El derecho a la intimidad y la función de informar
- c) Prensa y terrorismo
- d) El secreto profesional del periodista
- e) La cláusula de conciencia
- f) Ombudsman y Consejos de Prensa
- g) Plagio y derecho de autor

- h) Deber de rectificación
- i) Deber de protección de las fuentes

V. METODOLOGÍA

Syllabus. Clases expositivas, estudio de casos

VI. EVALUACION

3 pruebas de materia y bibliografía en el semestre	(60%)
Trabajos prácticos y casos	(30%)
Quiz	(10%)
Examen	30%

VII. OTROS REQUISITOS

75 % mínimo de asistencia

VIII. BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

SORIA, C.	:	La Crisis de Identidad del Periodista Mitre, España, 1989
BRAJNOVIC, L.	:	Deontología de la Información Eunsa, España 1978
DESANTES, J.	:	El Futuro de los profesionales de la información USS, Concepción 1991

COMPLEMENTARIA

BARROSO ASENJO, P.	:	Códigos deontológicos de los medios de comunicación Paulinas, Colombia, 1991
AGUIRRE, M.	:	El Deber de Formación en el Informador Eunsa, España, 1988

V.16. UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALPARAÍSO. **Periodismo y Ética**. Pfr. Enrique Aimone G. (Fecha documento: 14-6-07)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Escuela de Periodismo.

PERIODISMO Y ÉTICA

Profesor	:	Enrique Aimone G. Abogado, Licenciado en Ciencias Jurídicas PUCV MA, DEA Comunicación e Información U de Lovaina.
Créditos	:	4
Horas	:	4 semanales
Semestre	:	Segundo 2006
Horas	:	4 semanales
Carácter	:	Obligatorio
Clave	:	PER 455

OBJETIVOS

Al término del curso el estudiante deberá haber adquirido:

- 1.- Una visión general acerca de la estructura legal del sistema normativo chileno.
- 2.- Un manejo conceptual de las normas legales relacionadas con el ejercicio de la actividad periodística, en particular las contenidas en la Constitución Política de la República y en el texto de la Ley sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo.
- 3.- Un conocimiento y valoración de los principios éticos que rigen el ejercicio de la actividad periodística, sobre todo aquellos contenidos en los distintos códigos deontológicos de los medios chilenos y de los fallos de instancias arbitradoras de conflictos.
- 4.- Una capacidad de análisis crítico de la relación que existe entre los criterios éticos y normativos examinados en clases.
- 5.- Una capacidad de análisis crítico sobre vacíos legales y deontológicos, normativa restrictiva de la libertad de expresión e infracciones a la deontología periodística.

CONTENIDOS

INTRODUCCION

Libertad de expresión y Derecho de Información: La discusión teórica

I ESTRUCTURA JURÍDICO NORMATIVA.

1. Para introducir el estudio de las normas jurídicas aplicables, se entregarán algunos conceptos generales en relación con los siguientes temas:

1.1 Estructura normativa de nuestro sistema jurídico. Tipos de normas y relación entre ellas. Jerarquía normativa.

1.2 La Constitución Política de la República

Garantías Constitucionales.

Definición.

Sustrato ideológico.

Revisión de las garantías establecidas en el Artículo 19 de la Constitución Política de la República.

Relaciones entre ellas.

Estados de excepción constitucional (asamblea; sitio; emergencia, y catástrofe).

1.3.1 La Libertad de Opinión.

La Libertad de Información.

Análisis de su ejercicio.

Límites a su ejercicio.

1.3.2 Protección en el ejercicio de las garantías constitucionales.

Recursos judiciales: Acciones civiles

Acciones penales

Recurso de Protección

II Ley N° 19.733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo.

Disposiciones Generales

Ejercicio del Periodismo

Formalidades de funcionamiento de los medios de comunicación social.

Derecho de aclaración y rectificación.

Infracciones, Delitos, Responsabilidad y Procedimiento.

Infracciones.

Delito de Injuria.

Delito de Calumnia.

Difusión de informaciones hostiles en contra de ciertos grupos.

Ultraje público a las buenas costumbres.

Impedir u obstaculizar difusión de información.

Prohibiciones.

III LEGISLACIÓN COMPLEMENTARIA Y REFERENCIAL.**1.-El Consejo Nacional de Televisión.**

Características.

Fiscalización.

Estructura y organización.

Funcionamiento.

Competencias.

Visión crítica.

2.-Ley 19132 sobre Televisión Nacional de Chile**3.-Ley sobre Seguridad Interior del Estado.**

Generalidades. Fundamentación. Objetivos. Análisis crítico.

Delitos contra la Soberanía Nacional y la Seguridad Exterior del Estado.

Delitos contra la Seguridad Interior del Estado.

Delitos contra el Orden Público.

Delitos contra la normalidad de las actividades nacionales.

Procedimiento.

Modificaciones introducidas por la ley N° 19.733.

4.-Ley sobre Propiedad Intelectual.**5.- Otras iniciativas legales y proyectos de ley.**

Visión General acerca del Nuevo Proceso Penal. (optativo)

IV ÉTICA PERIODÍSTICA**1.- Fuentes de las normas o criterios éticos periodísticos.****2.-Organismos vinculados con la regulación ética del Periodismo:**

Consejo de Ética de los Medios de Comunicación.

Colegio de Periodistas.
Asociación Nacional de la Prensa.
CONAR Consejo de Autorregulación de Ética Publicitaria.
Organización y descripción general del funcionamiento de estos organismos.

3.-Análisis comparado de los principios éticos perseguibles en el ejercicio del Periodismo, diseñados por los organismos identificados.

4.-La observancia de las directrices éticas periodísticas. Rangos de cumplimiento. Exigibilidad de las mismas.

5.-Análisis de casos reales en que se generen conflictos. Comentarios de jurisprudencia administrativa y judicial a este respecto.

6.- Análisis de los distintos Códigos (Guide Lines) de los medios chilenos

METODOLOGÍA

Clases expositivas, preferentemente para el análisis de los contenidos legislativos.
Las clases expositivas se combinarán con un alto componente de participación activa de los alumnos, enfocado fundamentalmente al análisis de decisiones judiciales, administrativas, como asimismo de fallos y criterios de tipo ético sobre situaciones de conflicto en el ejercicio de la actividad periodística.
Comentarios de asuntos y problemáticas contingentes y análisis de los "códigos" sobre los cuales se guían los medios de comunicación chilenos.
Casuística ética, jurídica, administrativa y legislativa. Discusión y aplicaciones.

EVALUACIÓN

Dos controles parciales y disertación de caso ético
1 control 6 de septiembre
2 control 11 octubre
Disertaciones a partir del 18 de octubre
Eximición según reglas de la Escuela, Asistencia no obligatoria. Examen final test oral u ensayo a elección del alumno.

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Brajnovic, L Deontología Periodística, EUNSA España, 1978
Fagothey, A, Ética Teoría y Aplicación, MacGraw Hill, México 1980
Fillippi E, Profesión Periodista , A Bello, santiago 1992
Vivanco, A, Las Libertades de Opinión y de Información, Andrés Bello, Santiago 1992.
BBC Guide Lines; Sentencias de la Federación de Medios; Leyes citadas y estudiadas.

Viña del Mar, agosto 2006

V.17. UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR. Ética y Legislación de Prensa y Ética y Medios de comunicación.
Pfr. (Fecha documento: 3-5-08)

UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR Secretaría Académica

PROGRAMA DE ASIGNATURA

I IDENTIFICACIÓN

CARRERA	:	PERIODISMO
NOMBRE ASIGNATURA	:	ETICA Y LEGISLACION DE PRENSA
CÓDIGO ASIGNATURA	:	1093087
PLAN DE ESTUDIOS	:	PRIMAVERA 2006
Nº HRS. SEMANALES	:	Cátedra : 2 UD
		Ayudantía :
		Laboratorio :
		Taller :
PRE- REQUISITOS	:	Ética Filosófica

II DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura entrega al alumno las herramientas para conocer y entender las disposiciones éticas y legales vigentes relativas al ejercicio del periodismo y a las libertades de información y de opinión.

III OBJETIVO GENERAL

Modelo de Plan de Asignatura. Universidad Comahue de Chile, 2008

Lograr conocimiento y comprensión de los principios básicos de Ética Social, de los fundamentos de las normas de la Ética Periodística, de las disposiciones jurídicas de orden general y de las disposiciones específicas sobre la actividad periodística.

IV OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar y relacionar los conceptos de Ética Personal y Social, mediante un análisis que le permita aplicarlos adecuadamente a su trabajo periodístico.

Adquirir un conocimiento claro de conceptos inherentes a la conducta humana (responsabilidad, intencionalidad, voluntad, etc.) para reflexionar y actuar en consecuencia en su desempeño profesional.

Conocer y comprender fundamentos y funciones del Derecho Positivo, mediante el estudio de legislación chilena vigente para el correcto desempeño laboral.

Conocer y entender las disposiciones éticas y legales vigentes relativas al ejercicio del periodismo y a las libertades de información y de opinión; relacionándolas y aplicándolas en acciones vinculadas al Bien Común, a la Ética Periodística y a la Responsabilidad Social.

V CONTENIDOS

Primera Unidad

Concepto sobre Ética Social

La Persona y la Sociedad

Actos humanos

Valores Humanos. Los valores en periodismo

Normas morales y Normas jurídicas

Justicia: tipos de Justicia, derechos y deberes en su aplicación.

Segunda Unidad

El orden jurídico

Ordenamiento jurídico chileno. Fines, funciones, fundamentos, fuentes y Sujetos del Derecho.

La ley. Formación, extensión e interpretación. Poder Legislativo

Aplicación de la ley. Poder Judicial

Clasificación de las leyes

Constitución Política de Chile de 1980. Ejercicio de las garantías constitucionales, Capítulo III

Tercera Unidad

Ética Periodística

Principios generales: libertad de prensa, libertad de expresión y libertad de información

Código de Ética del Colegio de Periodistas

Dilemas éticos del ejercicio profesional: responsabilidad, veracidad, honestidad, objetividad.

La información y la desinformación

El secreto profesional y la cláusula de conciencia

Cuarta Unidad

Legislación de prensa

Ley Nº 19.733 sobre libertad de información y de opinión y de ejercicio del Periodismo.

Ley Nº 12.927 sobre Seguridad del Estado

Ley Nº 18.314 De los conductos terroristas y su penalidad

Ley Nº 18.838 del Consejo Nacional de Televisión

VI MÉTODOS DE INSTRUCCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura se imparte principalmente mediante la clase expositiva de la profesora, donde los diferentes conceptos se van refrendando con casos específicos del quehacer periodístico nacional.

Se trabaja también con el aprendizaje colaborativo, enfocado a que los alumnos van deduciendo – bajo la orientación de preguntas de la profesora – de lo general a lo particular, aquellas situaciones problemáticas desde el punto de vista ético.

Todo lo anterior, enmarcado en el modelo de Keller, cuya aplicación en docencia se caracteriza por trabajar en cuatro dimensiones importantes en el alumno: Interés, Relevancia, Expectativa y Satisfacción.

VII EVALUACIÓN

Durante el semestre, se realizan tres certámenes, cada uno con una validez de 25 %, que corresponden a evaluaciones donde se incluyen a lo menos, tres grandes temas de las unidades; paralelamente los alumnos deben leer bibliografía obligatoria consistente en 4 libros, cuyas evaluaciones totales tienen un porcentaje

de un 25 % , esto da un porcentaje de 100% semestral y que corresponde a la nota de presentación a examen.

VIII BIBLIOGRAFÍA

Constitución Política de Chile, 1980. Edición 2004

Escobar V. Gustavo, "Ética". Editorial Mc Graw Hill, cuarta edición, México 2000

Fagothey Austin, "Ética, teoría y aplicación". Editorial Mc Graw Hill, 1999

Goodwin H. Eugene, "A la búsqueda de una Ética en periodismo". Editorial Gernika, 1987

Lecaros María José , "Ética Periodística". Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Periodismo, Chile, 1989

IX BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Larraín Consuelo, "Prensa y Corrupción". Universidad Finis Terrae, Escuela de Periodismo. Chile, 1999

Pacheco G. Máximo, "Teoría del Derecho" cuarta edición. Editorial Jurídica de Chile, Chile 1990

Schumuhl Robert, "Las responsabilidades del Periodismo". Editorial Mitre, 1985

UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR Secretaría Académica

PROGRAMA DE ASIGNATURA

I IDENTIFICACIÓN

CARRERA	:	PERIODISMO
NOMBRE ASIGNATURA	:	ETICA Y MEDIOS DE COMUNICACION
CÓDIGO ASIGNATURA	:	1093099
PLAN DE ESTUDIOS	:	NOVENO SEMESTRE
Nº HRS. SEMANALES	:	Cátedra : 2 UD
		Ayudantía :
		Laboratorio :
		Taller :
PRE- REQUISITOS	:	Etica y Legislación de Prensa

II DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Curso avanzado en ética periodística, donde los alumnos junto con aplicar los conocimientos del curso de Ética y Legislación de prensa, conocen la situación actual de los medios de comunicación internacionales y nacionales, y la posición de los periodistas frente a la autorregulación, sus enfoques y funciones, en los nuevos escenarios sociales y tecnológicos.

III OBJETIVO GENERAL

Proporcionar una visión amplia y reflexiva sobre los actuales escenarios del Periodismo, vinculados al concepto de Comunicación Responsable en la nueva infraestructura tecnológica mundial.

IV OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Conocer los códigos deontológicos, sus objetivos y aplicación, mediante comparaciones con códigos éticos.
2. Analizar el sustrato valórico de las autorregulaciones vigentes, su relación con la propiedad de los medios y rol en la sociedad.
3. Conocer las diversas autorregulaciones de prensa escrita, radio y televisión en Chile, y las nuevas legislaciones que inciden en la libertad de prensa en Chile.
4. Conocer la autorregulación de medios internacionales, y de la Unión Europea.

V CONTENIDOS

1.- ÉTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1. Introducción

1.2. Funciones de los medios

2.- EL BIEN COMÚN

2.1. Definición.

2.2. Manifestaciones del BC. Principios rectores del BC

2.3. Características del BC

Manual de Ética y Legislación Periodística. Universidad Católica de Valparaíso, 2008

- 2.4. Categorías del Bien Común
- 2.5. Medios para lograr el Bien Común
- 2.6. Distribución del BC

3.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 3.1. Nuevos Escenarios
- 3.2. Propiedad de los medios
- 3.3. Medios y Bien Común
- 3.4. Posiciones de medios. Censura, autocensura, autorregulación.

4.- CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS (CD)

- 4.1. ¿Qué son los códigos deontológicos?
- 4.2. Condiciones para la existencia de CD.
- 4.3. Diferencias entre Código de ética y código deontológico
- 4.4. Breve historia
- 4.5. Códigos de los medios de comunicación en Chile: Prensa escrita, radio y televisión.
- 4.6. Resolución 1003 del Consejo de Europa
- 4.7. Nuevas condiciones para los medios

5. SER PROFESIONAL

- 5.1. Profesional y Medio de Comunicación
- 5.2. Cláusula de conciencia
- 5.3. Estatutos de Redacción

VI MÉTODOS DE INSTRUCCIÓN DE LA ASIGNATURA

Clase expositiva, basada en la metodología de aprendizaje colaborativo, con elaboración de trabajos en terreno sobre temas derivados de la reflexión de los alumnos.

VII EVALUACIÓN

Dos certámenes con ponderación de 30 % cada uno, el 40 % restante correspondiente a la suma de los trabajos y controles de lectura que se efectúan durante el semestre. Dado que la participación de los alumnos en clases es relevante, se incluirá una nota por asistencia, que se calculará en base al número de sesiones que se imparten el período lectivo.

VIII BIBLIOGRAFÍA

Aznar, Hugo. "Comunicación responsable. La autorregulación de los medios", Ariel Comunicación
 Neuman, W. Russell. "El futuro de la audiencia masiva" Fondo de Cultura Económica, Madrid, 1992
 Blazquez, Niceto. "Ética y medios de comunicación" Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1994
 Lecaros M., María José. "Ética periodística" Pontificia Universidad Católica de Chile. Escuela de Periodismo
 , Santiago, 1989

IX BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Codina, Mónica. "De la ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación"
 Editorial: Eunsá, Pamplona, 2004
 Grijelmo, Alex, "El estilo del periodista", Ed. Taurus, Madrid, 2003
 Catela, Isidro. "Ética de la Televisión: Consejos de Sabios para la Caja Tonta". Editorial: Desclée de
 Brouwer, Bilbao, 2005.

ANEXOS

Encuesta

Directorio universidades

ANEXO 1

Encuesta aplicada a los profesores de ética periodística



**Universidad
Complutense
Madrid**

Facultad de CC de la Información
Departamento de Periodismo III
Ética y Deontología de la Información



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**
La Universidad Católica de Loja

Escuela de Comunicación Social
Centro de Investigación, Transferencia de
Tecnología y Servicios Vía Comunicación

ENCUESTA PARA PROFESORES/AS DE ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Estimado(a) profesor(a): un equipo de profesores e investigadores de ética periodística de la Universidad Complutense de Madrid (España) y de la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), estamos realizando una investigación sobre la enseñanza de la ética periodística en cinco países andinos (Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile). Le solicitamos su colaboración respondiendo a estas preguntas que nos serán de gran ayuda para diagnosticar la situación de la asignatura en esta área geográfica. Por favor, le rogamos nos envíe también el Syllabus o programa de su asignatura donde haga constar: el concepto, método, objetivos, bibliografía obligatoria -sobre todo el libro de texto o manual que utiliza en su disciplina-, así como los libros y materiales que usted mismo recomienda leer a sus alumnos. Si es de su interés conocer los resultados del estudio, se los enviaremos a su correo electrónico.

Datos informativos

Fecha: País:
Universidad en que trabaja:
Facultad o Escuela Universitaria a la que pertenece:

Encuesta:

1. ¿Qué titulación(es) de la rama de comunicación otorga su Facultad o Escuela?
.....
2. Si es el caso, ¿qué postgrado(s) en comunicación ofrece?
.....
3. ¿Usted enseña ética periodística o de la comunicación (o algo equivalente)?
Sí No
4. La ética periodística o de la comunicación es:
 - Una asignatura específica del plan de estudios. ¿Cuál(es)?
 - Un tema o parte del contenido de otra(s) materia(s). ¿Cuál(es)?
5. ¿Cuánto tiempo tiene de experiencia como profesor universitario? (subraye su respuesta)
a) Menos de 1 año. b) De 1 a 5 años. c) De 6 a 10 años. d) Más de 10 años.
6. ¿Cuántos años lleva enseñando ética periodística, de la comunicación o algo equivalente? (subraye su respuesta)
a) Menos de 1 año. b) De 1 a 5 años. c) De 6 a 10 años. d) Más de 10 años.
7. ¿Qué carrera universitaria ha cursado usted? (subraye su respuesta)
a) Comunicación. b) Filosofía. c) Teología. d) Derecho. e) Periodismo. f) Otras.

8. ¿La asignatura de ética de la comunicación en su Facultad o Carrera a qué nivel se imparte? (subraye)
 a) Pregrado (licenciaturas). b) Postgrado (maestrías o doctorados) c) En ambos.

9. ¿La materia de ética de la comunicación es obligatoria para graduarse? (marque con una cruz)

En pregrado (licenciatura): Sí No

En postgrado: Sí No

10. En el caso de que su Facultad o Escuela NO tenga una asignatura específica de ética periodística o de la comunicación en su plan de estudios, ¿cuál es el motivo? (subraye sus respuestas)

- La ética periodística se imparte como un tema específico dentro de otra asignatura.
- La ética periodística se trata a través de actividades o proyectos especiales extracurriculares.
- Los temas éticos son analizados y discutidos a través de las distintas materias de la carrera.
- El plan de estudios (pénsum) de la carrera ya está muy cargado con el resto de materias.
- No hay un adecuado material docente.
- Enseñar ética en las clases no es eficaz ni da buenos resultados.
- No hay personas cualificadas para enseñar la asignatura.
- Falta de interés entre los estudiantes.
- Falta de interés entre el profesorado.

11. En la enseñanza de la ética de la comunicación, señale de la lista siguiente las técnicas pedagógicas que utiliza poniendo en el espacio en blanco con qué frecuencia: **MF**= Con mucha frecuencia; **F**=Frecuentemente; **PF**= Con poca frecuencia; **N**= Nunca.

- a) Proyección de películas.
- b) Presentaciones en Power point o con acetatos (retroproyector).
- c) Vídeos.
- d) Otro material audiovisual: cintas de audio, fotografías, diapositivas, etc.
- e) Recortes de prensa.
- f) Estudio de casos prácticos.
- g) Conferencias magistrales del profesor.
- h) Conferencias de profesionales en ejercicio.
- i) Paneles o mesas redondas de puntos de vista opuestos.
- j) Pequeños grupos de discusión.
- k) Prácticas de ética en empresas.
- l) Investigación de los estudiantes.
- m) Exposiciones orales de los estudiantes sobre temas.
- n) Reportes de los estudiantes sobre entrevistas a profesionales.
- ñ) Realización de ensayos y de trabajos escritos.
- o) Lectura obligatoria de libros y/o artículos.
- p) Páginas web específicas de ética.
- q) Otra técnica:
- r) Otra técnica:

12. En la enseñanza de la ética de la comunicación, ¿qué importancia le da a los siguientes temas? Por favor, valórelos del 1 (nada importante) al 10 (muy importante):

- a) Libertad de expresión. Derechos y obstáculos de los periodistas en el ejercicio de su libertad.
- b) La responsabilidad de la prensa. Deberes de los periodistas y de los medios.
- c) Derecho del público a la información: el deber del periodista de informar.
- d) Códigos de ética periodística.
- e) Fuentes confidenciales y leyes protectoras. Secreto profesional.
- f) Conflicto de intereses: económicos (ratings de audiencia), empresariales, ideológicos, fama.
- g) La responsabilidad de los medios hacia la verdad y la exactitud.
- h) Marco jurídico (constitución y otras leyes) de protección del acceso a la información.
- i) Derechos de autor y propiedad intelectual. Plagio.
- j) Ética de la imagen: fotográfica, televisiva, publicitaria. Ética de la fotografía de prensa.

- k) Teoría ética: fundamentos de la ética, historia de la ética, principales corrientes.
-l) Corrección de errores y derecho de rectificación y de réplica. Defensor del lector (ombudsman) y otros mecanismos.
- m) Injuria, calumnia, difamación. El derecho al honor.
- n) El derecho a la vida privada de las personas.
- ñ) Relación de equilibrio entre libertad de expresión y responsabilidad.
- o) Preponderancia de la libertad de expresión sobre la responsabilidad.
- p) Preponderancia de la responsabilidad de la prensa sobre la libertad de expresión
- q) Obscenidad y pornografía.
- r) Sensacionalismo o periodismo amarillo.
- s) Derecho a la protección de la infancia y la juventud frente a los medios de comunicación.
-Otro tema:
-Otro tema:

13. De los siguientes temas de Ética General, valórellos del **1 (nada importante) al 10 (muy importante)**:

-Conceptos y definiciones de la ética y otros conceptos (Deontología, Moralidad, Religión, Teología).
-La ética de Kant o la Ética deontológica.
-La ética axiológica o ética de los valores.
-La ética cristiana.
-La ética utilitaria (J. Bentham, J.S. Mill, J. Locke, D. Hume)
-La ética personalista (Emmanuel Mounièr).
-La ética situacional (Renato Lazarini, Eberhard Grisebach, Fletcher)
-La ética de la responsabilidad indefinida (Hans Jonas).
-La ética discursiva, dialógica o comunicativa (Karl Otto Apel, Jurgen Habermas y Hans Küng).

14. ¿Cuál es el enfoque con el que cree Ud. que se debe impartir la Ética Periodística? (elija solo uno):

- a) Más bien desde la importancia de la libertad de expresión y de información, frente a los límites que impiden al periodista informar con verdad y objetividad.
- b) Más bien desde la responsabilidad que tienen los periodistas para atender al derecho fundamental de toda persona a conocer la verdad y a ser informado con objetividad.
- c) Desde las normas deontológicas y los sistemas de autorregulación implantados en el país.
- d) Otro enfoque (especifique cuál):

15. ¿En qué medida cree Ud. que los códigos éticos contribuyen a mejorar la práctica periodística de su país?

- a) Mucho
- b) Bastante
- c) Normal
- d) Poco

16. ¿Cuáles son los códigos éticos que más analiza en sus clases y, si lo recuerda, el año de aparición? Ponga en primer lugar el más utilizado.

-
-
-

17. El nivel ético del periodismo de su país Usted. lo considera:

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo

Si quiere hacer algún comentario o sugerencia:

.....

Si desea obtener una copia de los resultados de esta encuesta, por favor escriba su correo electrónico:

Correo electrónico

Por favor, no olvide remitirnos el programa de su asignatura.

Muchas gracias por su colaboración y ayuda.

ANEXO 2

Facultades y Escuelas Universitarias de Comunicación Social/Periodismo de Perú

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesores	Enc	PA
	LIMA (Metropolitana)					
1.	Pontificia Universidad Católica del Perú	Fac CC y Artes de la Comunic	Deontología de la Comunicación	Rómulo Franco	X	X
2.	Universidad Alas Peruanas	Fac CC de la Comunicación	Ética del Comunicador social	Antero Gargurevich	X	X
3.	Universidad de Lima	Esc. Univ. de Humanidades	Ética Profesional	Miriam Larco José Perla	X	X
4.	Universidad Femenina del Sagrado Corazón	Fac de Traducc Inter. y CC Com	Deontología de la Comunicación	Nelly Aliaga Murria	X	X
5.	Universidad Inca Garcilaso de la Vega	Fac CC de la Com Turismo	Valores Socioculturales	Luis Javier Perla Anaya	X	X
6.	Universidad Nacional Federico Villarreal	Escuela de CC de la Comunic	Ética y Deontología	Luz Marina Orellana Marcial	X	X
7.	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	EAP de Com Social	Ética y Deontología	Jorge Hani Segunda	X	X
8.	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Carrera de Periodismo	Ética Profesional	Guillermo Nugent	X	X
9.	Universidad Peruana Unión	EAP de CC Comunicación	Ética y Deontología Profesio	Queleón Elmer Mamani Quispe	X	X
10.	Universidad Privada San Juan Bautista	Esc Prof de CC Comun.	Ética y Deontol Periodística	Erick Casiano Valdivieso	X	X
11.	Universidad San Ignacio de Loyola	Fac. Ciencia y Tec de Comun	Ética y Comunicación	Ana M ^a Rosell Rosenthal	X	X
12.	Universidad San Martín de Porres	EAP CC de la Comunicación	Ética y Deontología	Amador Navarrete	X	X
13.	Universidad Tecnológica del Perú	Fac CC de la Comunicación	Ética y Deontología	Hugo Garavito Amézaga	X	X
14.	Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza	Periodismo	Ética Periodística	Jesús Kohagura Gahona	X	X
	LIMA (Huacho)					
15.	Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión		Legislac y Ética de la Comunic		nsc	Nsc
	ANCASH					
16.	Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo (Huaraz)	Fac CC Soc, Educ y Com	Ética y Deontol de la Comunic	Ma. Angélica Méndez	X	X
17.	Universidad Nacional del Santa (Chimbote)	EAP de Com Social	Deontología Periodística	Carlos Sánchez Vázquez	X	X
	AREQUIPA					
18.	Universidad Nacional San Agustín	Esc Prof CC de la Comunicación	Ética Periodística	Karola Lara Manchego	X	X
19.	Universidad Católica de Santa María	Fac CC y Tec Social y Human	Deontología de la Comunicación	Heriberto Carlos Luza Gironzini	X	X
	AYACUCHO					
20.	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	Esc Formac Prof. CC Com	Ética Profesional	Raúl Cárdenas	X	X
	CUSCO					
21.	Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco	Fac de Com Social e Idiomas	Deontología de la Comunicación	Leonel Guzmán Calderón	X	X

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesor	Enc	PA
	HUÁNUCO					
22.	Universidad Nacional Hermilio Valdizán	E.A.P. CC Com Social	Legislación y Ética en Com S	Julio César Quiroz	X	X
	JUNÍN (Huancayo)					
23.	Universidad Nacional del Centro del Perú	Ciencias de la Comunicación	Legislación y Ética		X	Nsc
	LA LIBERTAD (Trujillo)					
24.	Universidad Privada Antenor Orrego	Esc Profesional de CC Comun	Ética y Comunicación	Alberto Pinillos	X	X
25.	Universidad César Vallejo	EAP CC Comunicación	Filosofía y Ética	Carmela Paz Huamán	X	X
26.	Universidad Privada del Norte	Fac CC de la Comunicación	Legislación de las Comunicac		X	
	LAMBAYEQUE (Chiclayo)					
27.	Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	Esc Prof de CCCC	Deontología de la Comunic	Rosario Wong	X	X
28.	Universidad Particular de Chiclayo	Fac CC de la Comunicación	Ética Periodística		X	Nsc
29.	Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Escuela de Comunicación	Deontología Profesional	Aún no se imparte la materia		
30.	Universidad Señor de Sipán	Escuela de CC Comunic	No tienen la materia			
	PASCO					
31.	Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión	Fac de Educ y Com Social	No hay inform en la web		nsc	Nsc
	PIURA					
32.	Universidad de Piura	Facultad de Comunicación	Deontología	Rosa Zeta	X	X
33.	Universidad Nacional de Piura	Fac CC SS y Educ	Ética y Deontol Profesional	José Miguel Godos	X	X
	PUNO					
34.	Universidad Nacional del Altiplano	Esc Prof de CC de la Comunic	Deontología y Ética	Javier Azpa	X	X
	TACNA					
35.	Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann	Fac Letras y CC Jurídicas	No hay inform en la web		X	Nsc
36.	Universidad Privada de Tacna	Fac CC Educ, Com Soc y Hum	No hay inform en la web		nsc	nsc

Fuente: Asamblea Nacional de Rectores, organismo público peruano encargado de coordinar la actividad universitaria del país. http://www.anr.edu.pe/index.php?option=com_frontpage&Itemid=44. Enero 2007. Contrastado con el directorio de FELAFACS.

En la investigación se ha tomado en cuenta a las sedes centrales de cada universidad, no a sus diversas extensiones regionales.

Abreviaturas:

Enc: Encuesta

PA: Programa Académico

Esc: Escuela

Fac: Facultad

CC: Ciencias

EAP: Escuela Académico Profesional

ANEXO 3

Facultades y Escuelas Universitarias de Comunicación Social/Periodismo de Ecuador

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesor	Enc	PA
	AZUAY (Cuenca)					
1.	Universidad del Azuay	Esc de Comuni- ción Social	Ética y Legisla- ción de la Comunic	Jorge Piedra	X	X
2.	Universidad de Cuenca	Esc de Comuni- ción Social	Principios, Valo- res y Ética de la Comunicac Soc	Bolívar Ávila	X	X
3.	Universidad Católica de Cuenca	Instituto de Comunicación Social	Ética Periodística	Sandra Ochoa Naula, Ana Luisa Guijarro	X (2)	X
	CHIMBORAZO (Riobamba)					
4.	Universidad Nacional del Chimborazo	Fac CC Políticas y Admtvas.	Ética Periodística		X	
	ESMERALDAS (Esmeraldas)					
5.	Universidad Técnica Luis Vargas Torres		No hay inform en la web		nsc	Nsc
	EL ORO (Machala)					
6.	Universidad Técnica de Machala		No hay inform en la web		nsc	Nsc
	GUAYAS (Guayaquil)					
7.	Universidad Casa Grande de Guayaquil	Escuela Mónica Herrera	No hay inform en la web		X	
8.	Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil		Legislación y Ética Periodísti		X	
9.	Universidad Especialidades Espíritu Santo		Ética y Comuni- cación	Aníbal Penton	X	X
10.	Universidad Católica Santiago de Guayaquil		Ética	Juan Ignacio Vara		X
11.	Universidad de Guayaquil		No hay inform en la web		nsc	nsc
12.	Universidad Estatal de Milagro	Facultad de Filosofía	Legislación y Ética Profes	Catalina Barzola	X	X
	IMBABURA (Ibarra)					
13.	PUCE Sede Ibarra	Esc de Comuni- cación Social	Ética Periodística	Luján González	X (2)	X
14.	Universidad Técnica del Norte		No hay inform en la web		nsc	Nsc
	LOJA (Loja)					
15.	Universidad Técnica Particular de Loja	Esc de Comuni- ción Social	Ética Periodística	Ana Lucía Unda	X	X
16.	Universidad Nacional de Loja	Fac de Comuni- cación Social	No imparten la materia		X	
17.	Esc Super Polit Ecol de Cariamanga	Fac CC Sociales y Admtvas.	Ética Profesional		X	
	LOS RÍOS (Quevedo)					
18.	Universidad Técnica de Babahoyo		No hay inform en la web		Nsc	nsc
	MANABÍ (Manta)					
19.	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Fac. CC de la Comunicación	Ética Profesion del Comun Soc		X	
20.	U San Gregorio de Portoviejo	Fac CC de la Comunicación	Ética Periodís- tica		nsc	Nsc

	Universidad	Unidad Acadé	Materia	Profesor	En	PA
	PICHINCHA (Quito)					
21.	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Fac Comunicac, Lingüi. y Literat	Deontología y Legislación	León Espinosa	X	X
22.	Universidad Politécnica Salesiana	Esc de Comuni-ción Social	Deontología	Bolívar Chiriboga	X	X
23.	Universidad Central del Ecuador	Fac Comunica-ción Social	Legislación y Ética de la Com	Marco Villarruel Roque Rivas	X (2)	X
24.	Universidad Internacional SEK	Fac Comunica-ción Social	Ética Periodíst/ Deontología Pro	Paúl Mena Isabel Vohringer	X	X
25.	Universidad de Las Américas	Carrera de Periodismo	Ética Periodística	Amelia Ribade-neira	X	X
26.	Universidad San Francisco de Quito	Colegio de Periodismo	Leyes y Ética de la Comunicación	Eric Samson	X	X
27.	Universidad Internacional del Ecuador ¹	Fac Comunicación	Ética y Legisla-ción Políticas			
28.	Universidad de los Hemisferios ²	Fac de Comunicación	Ética Profesional		X	
29.	Universidad Metropolitana		No hay informac en la web		X	
30.	Universidad Alfredo Pérez Guerrero ³		Ética y Comun/ Taller Deontolog de la Comun		X	
31.	Universidad Cristiana Latinoamericana		Ética y Liderazgo		X	
	SANTA ELENA					
32.	Universidad Estatal Península de Santa Elena		Ética Periodísti-ca y Op Pública		nsc	nsc
	SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS					
33.	Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede S Domingo	Esc de Comuni-cación Social	Deontología y Legislación	Martha Luz Forero	X	X
	TUNGURAHUA (Ambato)					
34.	Universidad Técnica de Ambato	Fac Jurispru-dencia y CC SS	Ética Comunica-cional/Ética Moral	Eliza Vayas Ruiz	X	X
35.	Universidad Regional Autónoma de los Andes		No hay inform en la web		nsc	nsc

Fuente: Consejo Nacional de Educación Superior: http://www.conesup.net/lista_universidades.php. 30-4-07. Contrastado con el directorio de FELAFACS.

En la investigación se ha tomado en cuenta a las sedes centrales de cada universidad, no a sus diversas extensiones regionales. Exceptuamos a las sedes de Ibarra y Santo Domingo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por su tamaño e importancia en sus respectivas provincias.

Abreviaturas:

Enc: Encuesta

PA: Programa Académico

Esc: Escuela

Fac: Facultad

CC: Ciencias

¹ En el momento de la investigación todavía no impartían la materia de Ética Periodística por lo que decidieron no participar en este estudio.

² Aún no impartía la materia por ser carrera nueva.

³ Está en su primer año de funcionamiento y aún no impartían la materia.

ANEXO 4

Facultades y Escuelas Universitarias de Comunicación Social/Periodismo de Colombia

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesor	Enc	PA
	ANTIOQUIA (Medellín)					
1.	Universidad de Medellín	Fac de Comunicación	Ética		X	X
2.	Universidad de Antioquia	Fac de Comunicaciones	Ética y Legisla- ción Periodística	Azael Carvajal	X	X
3.	Corporación Universitaria Luis Amigó	Fac Comunicación Social	Foro Ético		X	
4.	Universidad Pontificia Bolivariana	Fac. Com. Social	Ética Profesional	Juan José García Posada	X	X
5.	Universidad Católica de Oriente	Fac. de CC Sociales	Ética Profesional Aún no imparten		X	
6.	EAFIT ⁴	Esc CC y Humanid	No la tienen		X	
7.	Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid	Fac Comunicación Audiovisual	Ética		inc om	X
8.	Corporación Universitaria Lasallista	Fac CCSS y Educación	Ética de la Com y el Periodismo		X	X
	ATLÁNTICO (Barranquilla)					
9.	Universidad del Norte	Facultad de Humanidades y CCSS	Ética		X (2)	
10.	Universidad Autónoma del Caribe	Fac CC Sociales y Com Social	Ética Profesional			
	BOLÍVAR (Cartagena Indias)					
11.	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Fac de CC de la Comunicación	Solo ética filósof como electiva	Óscar Durán Ibata	X	
12.	Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar	Fac CCSS y Humanas	Ética de la Información		X	X
	BOYACÁ (Boyacá)					
13.	Universidad de Boyacá	Facultad de CCJJ y Sociales	Ética	Camilo Castellanos	inc om	X
	CALDAS (Manizales)					
14.	Universidad de Manizales	Facultad CS y P	Ética Periodística y de Com	Andrés Calle Julián Corredor	X	X
	CAUCA (Popayán)					
15.	Universidad del Cauca	Fac Derecho, CC Polít y Sociales	Ética		X	X
	CUNDINAMARCA (Bogotá)					
16.	Pontificia Universidad Javeriana	Fac Com y Lenguaje	Deontología Periodística	Marisol Cano	X	X
17.	Universidad Central	Escuela CS-P	Ética, Dcho a la Infor y la intimi	María Teresa Herrán	X	X
18.	Univ. Externado de Colombia	Facultad CS-P	Ética	Patricia Gómez	X	X
19.	Corporación Universitaria Minuto de Dios	Fac CC Comunicación	Ética y Comun participativa	Juan Emilio Hernández	X	X
20.	Universidad de Santo Tomás	Facultad de Comunicación Soc	Ética		X	
21.	Universidad del Rosario	Escuela de CCHH	Ética y Opinión Pública	Hernando Escobar Vera	X	X

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesor	Enc	PA
22.	Universidad de los Andes ⁵	Centro de Estudios de Periodismo	Solo en postgrados	Javier Darío Restrepo	X	
23.	Universidad Politécnico Grancolombiano	Fac de CC de la Comunicación	Ética de la Comunicación		X	X
24.	Universidad de La Sabana	Fac Derecho, CCPP y SS	Ética Profesional	Pablo Álamo	X	X
25.	Corporación Universitaria Los Libertadores	Fac Ciencias de la Comunicación	Seminario de Humanidades V			X
26.	Universidad Cooperativa de Colombia	Fac Com Social	No hay informac en la web		nsc	nsc
27.	Universidad Sergio Arboleda	Fac CS y P	Deontología Periodística			
28.	Universidad Nacional Abierta y a Distancia	Fac CCSS, Artes y Humanidades	Ética y Comunicación	Elizabeth Heigy	X	X
	HUILA (Neiva)					
29.	Universidad Surcolombiana	Fac CCSS y Humanas	No hay informac en la web		inc om	X
	NARIÑO (Pasto)					
30.	Universidad Mariana	Fac. Humanidades y CCSS	Ética Profesional		X	
	QUINDÍO (Armenia)					
31.	Universidad del Quindío	Fac CC Humanas y Bellas Artes	No tienen la materia		X	X
	RISARALDA (Pereira)					
32.	Universidad Popular Católica del Risaralda	Programa CS-P	Ética Profesional		X	X
	SANTANDER (Bucaramanga)					
33.	Universidad de Pamplona	Fac Artes y Human	Ética			X
34.	Universidad Autónoma de Bucaramanga	Fac Com Social	Ética Periodística	Guillermo León Aguilar	X	X
	TOLIMA (Ibagué)					
35.	Universidad del Tolima	Fac CC Educación	Deontología Perio Aún no imparten			X
	VALLE DEL CAUCA (Cali)					
36.	Pontificia Universidad Javeriana (seccional Cali)	Fac Humanidades y CC Sociales	Ética de la Co- municación	Gabriel Jaime Pérez	X	X
37.	Universidad Autónoma de Occidente	Fac Com Social	Conozco lo bueno y hago lo malo	Guido Germán Hurtado Vera	X	X
38.	Universidad del Valle	Esc de CS-P	Com masiva mediación éticas	Camilo Aguilera Toro	X	X
39.	Universidad Santiago de Cali	Fac Com Social y Publicidad	Ética y Códigos Deontológicos		X	X

Fuente: Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior, organismo estatal: <http://www.icetex.gov.co/BancoConocimiento/U/Universidades/colombia.htm>, consulta: 18-11-07.

Contrastado con el directorio de FELAFACS y con el directorio de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social (AFACOM).

En la investigación se ha tomado en cuenta a las sedes centrales de cada universidad, no a sus diversas extensiones regionales. Exceptuamos a la Universidad Javeriana de Cali por su tamaño e importancia.

Abreviaturas:

Enc: Encuesta

PA: Programa Académico

Esc: Escuela

Fac: Facultad

CC: Ciencias

SS: Sociales

PP: Políticas

JJ: Jurídicas

CS-P: Comunicación Social-Periodismo

ANEXO 5

Facultades y Escuelas Universitarias de Comunicación Social/Periodismo de Venezuela

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesores	Enc	PA
	ARAGUA (Maracay)					
1.	Universidad Bicentennial de Aragua	Esc de Comunicación Social	Principios y valores éticos comun soc/ Legisla medios	Digna Espinoza	X	X
	CARABOBO (Valencia)					
2.	Universidad Arturo Michelena	Fac CC Económ y Sociales	No hay informac en la web		Nsc	nsc
	CARACAS Distrito Metrop					
3.	Universidad Católica Andrés Bello	Esc de Comunicación Social	Ética Profesional	Max Römer	X	X
4.	Universidad Monteávila	CC Comunicación e Información	Ética y Comunicación	G. López J. Leizaola F. Vizcaya	X	X
5.	Universidad Central de Venezuela	Esc de Comunicación Social	Ética y Legisla de la Comunicación	Gloria Cuenca R. Cusati J. Sotillo	X	X
6.	Universidad Bolivariana de Venezuela	Esc de Comunicación Social	No hay informac en la web		Nsc	Nsc
7.	Universidad Católica Santa Rosa	Esc de Comunicación Social	No hay informac en la web		nsc	nsc
	LARA (Barquisimeto)					
8.	Universidad Fermín Toro	Fac CC Económ y Sociales	Deontología de la Comunicación	M ^a del Rosario Jaimes	X	X
	MÉRIDA (Mérida)					
9.	Universidad de Los Andes	Fac Humanidades	Ética y Legisla de la Comunicac		nsc	nsc
	MIRANDA (Los Teques)					
10.	Universidad Santa María	Esc de Comunicación Social	Ética y Legisla de Medios	Tomás Castellano	X	X
	TÁCHIRA (San Cristóbal)					
11.	Universidad de los Andes Núcleo Táchira	Facultad de Humanidades	Ética y Legisla de Comunicación	Reinaldo J. Cortés	X	X
	TRUJILLO (Trujillo)					
12.	Universidad Valle del Momboy	Esc de Comunicación Social	Ética y Régimen jurídico de la Com		nsc	nsc
	ZULIA (Maracaibo)					
13.	Universidad del Zulia	Esc de Comunicación Social	Ética y Legisla de Medios	Margarita Sánchez J. Urbina	X	X
14.	Universidad Católica Cecilio Acosta	Fac de CC de la Comunicación Soc	Ética y Régimen Jurídico de Com	Nilo Fernández	X	X
15.	Universidad Rafael Bellosó Chacín	Fac de Humanid y Educación	Ética y Legisla de Medios	Mike González	X	

Fuente: Información obtenida en el portal de Universia:

http://servicios.universia.edu.ve/rediseo/contenidos/sencillos/menu.php?id_pag=169&orden=titulo&secst=Universidades, consulta: 22-oct-07.

En la investigación se ha tomado en cuenta a las sedes centrales de cada universidad, no a sus diversas extensiones regionales.

Abreviaturas:

Enc: Encuesta

PA: Programa Académico

Esc: Escuela

Fac: Facultad

CC: Ciencias

ANEXO 6

Facultades y Escuelas Universitarias de Comunicación Social/Periodismo de Chile

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesores	Enc	PA
ANTOFAGASTA (Antofagasta)						
1.	Universidad Católica del Norte	Fac. de Humanidades	Ética Profesional	Percy Peña Vicuña	X	X
CAUTÍN (Temuco)						
2.	Universidad de la Frontera	Fac de Educación y Humanidades	Ética y Legislación Periodística	Alfonso Zúñiga Fontecilla	X	X
CONCEPCIÓN (Concepción)						
3.	Universidad Católica de la - Santísima Concepción	Escuela de Periodismo	Deontología de la Información	Mario Urzúa	X	X
4.	Universidad de Concepción	Fac. CC Sociales	Ética Profesional	Hugo Olea M.	X	X
5.	Universidad del Desarrollo	Fac. de Comunicaciones	Ética Periodística	Carolina Mardones	X	X
6.	Universidad San Sebastián	Escuela de Periodismo	Deontología		nsc	nsc
ELQUI (Coquimbo)						
7.	Universidad de la Serena	Fac CC Sociales y Económicas	Ética y Legislación en Com Social		nsc	nsc
SANTIAGO (Santiago)						
8.	Universidad Artes, CC y Comunicación (UNIACC)	Fac Humanidades y CC Comunicac	Ética Profesional		nsc	nsc
9.	Universidad Academia de Humanismo Cristiano	Área de Ciencias Sociales	Ética y Legislación Periodística	Carlos Donoso Pacheco	X	X
10.	Universidad Alberto Hurtado	Escuela de Periodismo	Taller de Discernimiento ético	Lyuba Yez	X	X
11.	Universidad Andrés Bello	Escuela de Comunicación	Deontología Informativa		nsc	nsc
12.	Universidad Bernardo O'Higgins	Facultad Derecho y Comunicación Soc	Deontología Periodística		nsc	Nsc
13.	Universidad Bolivariana	Carrera de Periodismo	No hay informac en la web		nsc	nsc
14.	Universidad Central de Chile		No imparten la materia			
15.	Universidad de Arte y CC Sociales (ARCIS)	Escuela de Periodismo	Ética y Legislación de Medios		nsc	nsc
16.	Universidad de Los Andes	Fac. de Comunicación	Ética Periodística	Ana M Gálvez MJ Lecaros	X	X
17.	Universidad de la República	Escuela de Periodismo	Ética y Legislación		nsc	nsc
18.	Universidad de Las Américas	Fac CC Sociales y Humanidades	Ética y Legislación Periodísticas		nsc	nsc
19.	Universidad Diego Portales	Fac Com y Letras Esc de Periodismo	Ética y Legislación	Abraham Santibáñez	X	X
20.	Universidad de Chile	Instituto de la Com e Imagen, Escuela de Periodismo	Ética y tratamientos periodísticos	Gustavo Glez/F. Zerán, M ^a Olivia Mönckeberg	X	X
21.	Universidad del Pacífico	Facultad de Derecho, CCPP y SS	Ética profesional	M Asunción Lavín	X	X

	Universidad	Unidad Académica	Materia	Profesor	Enc	PA
22.	Pontificia Universidad Católica de Chile	Fac de Comunica- ciones	Ética Periodística	María Elena Gronemeyer	X	X
23.	Universidad Finis Terrae	Escuela de Periodismo	Ética y Legisla- ción Periodística		nsc	nsc
24.	Universidad Gabriela Mistral	Escuela de Periodismo	Ética III	Montserrat Salvat L.	X	X
25.	Universidad Internacional SEK	Facultad de CC de la Información	Ética y Legisla- ción Periodística		nsc	nsc
26.	Universidad Mayor de Chile	Fac Comunicación y Diseño	Deontología Periodística	José Miguel Labrin Elgueta	X	X
27.	Universidad Santo Tomás	Escuela de Periodismo	Deontología de la Información	Pedro Anguita	X	X
28.	Universidad Santiago de Chile	Escuela de Periodismo	Legisl y Étic Pe- riod/Ética Period		nsc	nsc
	VALDIVIA (Valdivia)					
29.	Universidad Austral de Chile		No imparten la materia			
	VALPARAÍSO (Valparaíso)					
30.	Universidad Católica de Valparaíso	Esc de Periodismo	Periodismo y Ética	Enrique Aimone G.	X	X
31.	Universidad de Playa Ancha	Fac de Humanidades	Legislación y Ética Periodística	Bernardo Soria	X	
32.	Universidad de Viña del Mar	Escuela de Comunicaciones	Ética y Legisla- ción Prensa/Ética y Medios de Com		X	X
33.	Universidad Adolfo Ibáñez	Escuela de Periodismo	No imparten la materia		X	
34.	Universidad de Aconcagua	Fac Humanidades	No hay informac en la web		nsc	Nsc
35.	Universidad del Mar	Carrera de Periodismo	Ética		nsc	nsc

Fuente: *Índices 2008*, publicado por el Consejo Superior de Educación, p. 56. Circuló en los principales periódicos chilenos el 7-12-07. Información contrastada con los directorios de FELAFACS, del portal Infoamérica, y con el directorio de profesores de ética y escuelas de Periodismo proporcionado por el profesor Abraham Santibáñez, del Colegio de Periodistas de Chile, en junio 2007.

En la investigación se ha tomado en cuenta a las sedes centrales de cada universidad, no a sus diversas extensiones regionales.

Abreviaturas:

Enc: Encuesta

PA: Programa Académico

Esc: Escuela

Fac: Facultad

CC: Ciencias